

**Jornalismo desportivo *online* e as suas fontes de informação:
O caso do Jornal A Bola**

Ana Filipa Antunes Ferreira

Relatório de Estágio de Mestrado em Jornalismo

Março de 2016

Relatório de Estágio apresentado para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Jornalismo, realizado sob a orientação científica do Professor António Granado.

Agradecimentos

Quando chegamos a um certo ponto das nossas vidas, principalmente quando começamos a ficar jovens-adultos e acabamos os nossos cursos, percebemos que há muitas pessoas a quem temos a necessidade de agradecer por estarem presentes durante os vários caminhos da nossa ainda ‘curta’ vida.

Assim, quero começar por agradecer aos meus pais, que com sacrifício conseguiram que eu tirasse a minha licenciatura e, agora, este mestrado. Não há palavras para descrever a eterna paciência que têm comigo, as constantes palavras de força nas situações mais complicadas e o perseverante apoio em todas as decisões que tomo – sejam elas boas ou más. São um constante exemplo de que, apesar das adversidades que a vida nos coloca, há sempre uma forma de dar a volta e que baixar os braços nunca é opção. Que honestidade, humildade e trabalho trazem sempre recompensa.

De seguida, ao meu irmão, que me fez crescer tanto nos últimos anos. Que me ‘obrigou’ a tornar mais responsável e é a minha eterna companhia nesta vida.

Aos meus avós maternos, que tanto me ajudam e que estão sempre do meu lado em tudo. Que me mostram todos os dias que é na nossa família que encontramos a força que precisamos para ultrapassar tanta coisa, que me relembram que as histórias e experiência dos mais velhos é sempre uma mais-valia.

Ao meu namorado, que tanta paciência tem para aturar os meus devaneios e preocupações. Que tem sempre uma palavra reconfortante a dizer, que está comigo sempre, nos bons e nos maus momentos, e que me consegue sempre meter com um sorriso na cara.

Aos meus amigos, aos de sempre e aos que fui fazendo durante o mestrado, que estiveram nesta caminhada e me deram tantas vezes força para ultrapassar obstáculos, que me mostram constantemente como a amizade é das melhores coisas da nossa vida.

À Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade de Lisboa, que me permitiu continuar a aprofundar os meus estudos na minha área de sonho.

Ao professor António Granado, por todo o apoio na realização deste trabalho e por todos os valiosos ensinamentos que aprendi na sua aula.

Ao jornal A BOLA e aos jornalistas com quem tive a oportunidade de trabalhar, que me permitiram continuar a viver um ‘sonho’ e me fizeram aprender tanto em três meses de estágio.

E por fim, a mim, por nunca ter desistido de lutar.

Jornalismo desportivo *online* e as suas fontes de informação: O caso do Jornal A BOLA

[Online sports journalism and his sources of information: The case of A BOLA]

Ana Ferreira

RESUMO

[ABSTRACT]

PALAVRAS-CHAVE: A BOLA; Estágio; Jornalismo desportivo; Fontes de Informação; Jornalismo sedentário

Este relatório foi elaborado no âmbito do Mestrado em Jornalismo e procura conjugar a experiência prática de três meses de estágio na secção *online* do Jornal A BOLA com uma reflexão sobre como é que o contacto com as fontes de informação está a ser alterada por um jornalismo cada vez mais sedentário nas redações. A partir de um conjunto de autores e da minha experiência tento enquadrar como é que o jornalismo desportivo *online* está a ser feito num dos jornais com mais história de Portugal, mostrando as tendências que se seguem nesta área em particular. No fundo, é uma espécie de prova de factos que o contacto com fontes de informação está a ser cada vez mais deixado para segundo plano.

KEYWORDS: PÚBLICO, Journalism, Internship, Sports Journalism, Sources of informatin, sedentary journalism

Written in the framework of the Master in Journalism, this report tries to conjugate the practical experience of three months in the *online* sports section of A BOLA with a reflection about how the contact with the sources of information is changed by an increasingly sedentary journalism in newsrooms. From a group of authors and from my experience I try to frame how the online sports journalism is being done in one of the newspapers with more history of Portugal, showing the trends that follow this particular area. Basically, this work is an attempt to prove that contact with sources of information is being increasingly left to the background.

Índice

Introdução	1
Parte 1 – Abordagem teórica	3
O nascimento do Ciberjornalismo	3
Em Portugal... ..	6
Novo meio, novas necessidades profissionais: a convergência.....	8
Do “Última Hora” ao “Último Segundo”: A urgência de ser o primeiro	10
Novo modelo de jornalismo sedentário	12
Fontes de Informação	14
O mundo dos ‘cliques’	19
Jornalismo desportivo.....	20
O desafio.....	22
O problema da parcialidade e imparcialidade	23
Futebol: A pedra preciosa do Jornalismo desportivo	26
E as modalidades?	28
Parte 2 – Componente Prática	30
O caso do jornal A BOLA	30
Um pouco de história.....	30
Organização e funcionamento	32
A importância do <i>site</i>	34
Análise	36
Fontes de informação e a procura de notícias.....	36
Os perigos ligados ao novo modo de fazer jornalismo: O exemplo das Redes Sociais.....	38
As raras saídas da redação e o modo como são feitos os diretos dos jogos	40
Benefícios vs Malefícios.....	42
Análise mais pormenorizada do trabalho realizado o estágio	44
Pequena curiosidade	54
Conclusão	57
Referências bibliográficas	61
Anexos	65

Introdução

“Se o campo jornalístico fosse um país, por exemplo chamado «Novaslândia», a paisagem desse país estaria marcada por tudo o quanto é sítio, pela presença de relógios. O factor tempo define o jornalismo. (...) Mais, o factor tempo condiciona todo o processo de produção de notícias.” Nelson Traquina (2002:147)¹

Ao longo dos tempos o jornalismo foi sofrendo várias alterações, adaptando-se às novas tecnologias e às necessidades dos seus leitores, mas houve uma tecnologia específica, um novo meio de comunicação, que fez com que muitas mudanças surgissem e mudassem aquele que é o jornalismo tradicional: a internet.

O aparecimento do mundo *online* teve um profundo impacto na profissão e influenciou a maneira de trabalhar de todos os jornalistas. Para Jorge Pedro Sousa e Inês Aroso² (2003: 161) esta influência desenvolveu-se em dois níveis: em primeiro lugar, nas “rotinas jornalísticas (que passam a depender muito da *internet*)” e, em segundo lugar, levou “à criação de edições jornalísticas na Internet (complementares ou substitutas das edições impressas, radiofónicas e televisivas)”, criando um “novo tipo de jornalismo: o jornalismo *online*”.

Vou ser sincera, este novo tipo de jornalismo sempre me deixou receosa. Apesar dos meus ‘apenas’ 22 anos sou uma adepta do jornalismo tradicional, gosto de ler as minhas notícias em papel. Gosto de manusear o jornal, do cheiro da publicação e até, confesso, de ficar com as mãos pretas por causa da tinta. Foi por este motivo que, quando me informaram que iria incorporar na secção *online* do Jornal A BOLA durante o meu estágio na instituição, fiquei um pouco nervosa.

Quando chegou a altura de escolher o local de estágio curricular, via pela qual optei após a realização da componente letiva do mestrado, não tive dúvidas do que escolher. Apaixonada pelo jornalismo desportivo, e tendo já estagiado no Record durante a licenciatura (na Escola Superior de Educação de Coimbra), a escolha só poderia recair sobre um jornal com tanta história e reputação em Portugal e onde me via a aprender e a crescer enquanto profissional: A BOLA.

¹ TRAQUINA, Nelson (2002), O que é Jornalismo. Lisboa: Quimera

² SOUSA, Jorge Pedro e AROSO, Inês (2003). Técnicas Jornalísticas nos Meios Electrónicos: princípios de radiojornalismo, telejornalismo e jornalismo on-line. Porto: Universidade Fernando Pessoa

A minha ideia era integrar na equipa do jornal impresso, sempre quis seguir o ramo da imprensa e a minha experiência anterior tinha-me permitido perceber que era isso que queria fazer, mas veio o destino ditar que fosse integrada na secção do *online* do jornal. Uma experiência nova mas que adorei, pelas pessoas, pela aprendizagem e por tudo o que é possível testemunhar e observar, foi sem dúvida inesquecível.

Estes três meses de estágio, que começaram a 1 de setembro de 2015, permitiram-me perceber melhor e vivenciar um fenómeno que está cada vez mais presente no jornalismo dos dias de hoje: o jornalismo sentado, de redação – e foi por este motivo que decidi debruçar-me no presente relatório sobre este tema. A verdade é que já tinha presenciado este acontecimento, em proporções menores, durante o meu anterior estágio no Record, mas foi durante a minha experiência pelo *site* online d'A BOLA que o vivenciei com maior impacto.

Assim, este trabalho está dividido em duas partes:

- Num primeiro momento, é feita a contextualização teórica dos temas do jornalismo *online* (ou ciberjornalismo) considerados mais pertinentes, bem como as alterações que este introduziu na maneira de fazer jornalismo – transformação no jornalismo sentado.
- Já num segundo momento, através da minha experiência no Jornal A BOLA, tento explicar e enquadrar o tipo de jornalismo que se faz num jornal desportivo de referência português. Faço uma exposição daquilo que se passou durante os meus três meses de estágio e qual foi o maior problema que encontrei com esta nova forma de fazer jornalismo sem sair das redações: a falta de contacto com fontes de informação.
- Ainda nesta segunda parte do trabalho, faço também uma análise mais pormenorizada das minhas notícias durante os três meses de estágio, tentando perceber se se assemelha à tendência de toda a secção.

Assim, no fundo, o que tento analisar neste trabalho é a maneira como é feito o jornalismo da secção *online* deste jornal desportivo referencial português, e que penso que se estende aos outros meios de comunicação, sendo a principal pergunta:

- ➔ Que impacto tem a diminuição do contacto com fontes de informação, como consequência do jornalismo sedentário, no jornalismo *online*?

Parte 1 – Abordagem teórica

O nascimento do Ciberjornalismo

“O jornalismo são estórias, estórias da vida, estórias das estrelas, estórias de triunfo e de tragédia. (...) Dir-se-ia que os jornalistas são os contadores de estórias da sociedade contemporânea, participantes numa tradição mais longa de contar estórias” Nelson Traquina (2002:11)

Todo o estudante que entra em jornalismo tem a ambição de um dia vir a contar estórias. Uns querem contar estórias de grandes personalidades, outros dar a conhecer estórias de pessoas que passam despercebidas. Estórias de economia, política, desporto, o que quer que seja. É isto que move um jornalista, e é por isso que esta frase que Nelson Traquina escreveu no seu livro ‘O que é Jornalismo’ se enquadra tão bem como definição do que é a profissão.

À medida que as décadas foram passando, o jornalismo foi mudando a sua maneira de contar estórias. Aquele que é considerado o jornalismo tradicional teve de se adaptar a várias novas situações. O aparecimento da rádio e da televisão fez com que tudo fosse repensado e houve mesmo quem afirmasse que este não se iria conseguir manter após a chegada da última. No entanto, os jornais aqui continuam. O mesmo aconteceu com o aparecimento e crescimento da internet.

A chegada do universo *online* motivou muita gente a afirmar que seria a morte do jornalismo. Lembro-me perfeitamente que nos primeiros anos da minha licenciatura (comecei em 2011) muitas das conferências a que ia acabavam da mesma maneira: “o jornalismo vai morrer”... sempre me recusei a aceitar esta opinião. Sempre achei que um e outro mundo poderiam andar de mãos dadas.

A popularidade da internet cresceu ao longo dos anos 90 e, em meados dessa década, “ostentava já 30 milhões de utilizadores em todo o mundo”³ (Poster, 2000: 38), tornando-se assim um poderoso instrumento e meio de comunicação no planeta. Não podendo deixar passar despercebido este grande fenómeno, o jornalismo abriu as portas ao mundo *online* e viu nascer um novo conceito: o ciberjornalismo, que andou durante muito tempo em evolução nas redações dos jornais.

³ POSTER, Mark (2000), A Segunda Era dos Média. Oeiras: Celta Editora

“Estão em construção super-auto-estradas de informação que irão proporcionar uma intensificação significativa dos fluxos de comunicação.” Mark Poster (2000: 38)

A citação que o professor da Universidade da Califórnia escreveu no seu livro *A Segunda Era dos Média* transmite exatamente aquilo que se vivia no final do século XX, início do século XXI. A internet veio ligar todo o planeta de uma forma muito mais rápida e eficaz, o problema foi o tempo que o jornalismo demorou a conseguir encaixar corretamente nas suas redações este novo ramo da profissão.

Noci e Salaverría definiram o conceito de ciberjornalismo como “a especialidade de jornalismo que usa o ciberespaço para a investigação, elaboração e, muito especialmente, a difusão de conteúdos jornalísticos” (Díaz Noci e Salaverría, 2003: 17)⁴, e, apesar de recente, este ‘novo’ meio de comunicação já foi dividido em várias fases.

O professor americano John Pavlik (2001: 43)⁵ organizou a evolução do jornalismo na web em três diferentes períodos: na primeira fase, “os ciberjornalistas apenas republicam o conteúdo do meio original”; na segunda, “criam conteúdo original, utilizando *hiperlinks* para outros sites; disponibilizam algumas possibilidades interativas; contêm algum conteúdo multimédia, como fotografias, vídeos, e áudios; e alguma personalização, onde os leitores escolhem as notícias que desejam ler, de acordo com as suas preferências pessoais”; já a terceira fase “é caracterizada por conteúdos originais, pensados especificamente para a web, enquanto novo meio de comunicação, capaz de proporcionar um completamente novo *storytelling*. Esta nova forma de contar histórias permite ao leitor entrar e navegar nas notícias, ao contrário do que acontecia nas versões tradicionais dos media, em que se limitava a olhá-las e assimilá-las de uma forma linear.”

A verdade é que é fácil de perceber que a maioria dos meios de comunicação em Portugal se mantém na fase dois descrita por Pavlik. Uma opinião partilhada por João

⁴ DÍAZ Noci, Javier & Salaverría, Ramon (2003), Manual de Redacción Ciberperiodística. Barcelona: Ariel Comunicación.

⁵ PAVLIK, John (2001), Journalism and New Media. New York: Columbia University Press. Disponível em: http://icank-ihsan.weebly.com/uploads/1/8/7/4/18748648/journalism_and_new_media.pdf

Messias Canavilhas (2005: 2)⁶, que usa como base o trabalho do professor americano para explicar, no seu livro *Webnoticia. Propuesta de Modelo Periodístico para la WWW*, as possíveis razões que podem estar na base desta situação.

Numa primeira parte, Canavilhas refere a “falta de investigação de modelos económicos que permitam o desenvolvimento do ciberjornalismo: sem um modelo que permita obter retornos económicos dos seus projetos de comunicação, os empresários não investem em edições *online* ou em redações exclusivamente dedicados a versões online”. Depois, aponta a “falta de público para um novo meio informativo: um modelo que exija mais conhecimentos tecnológicos aos utilizadores, poderia ser um obstáculo ao desenvolvimento do ciberjornalismo. Quanto mais complexa é a forma de se aceder à informação e mais competências exige a sua descodificação, mais difícil é encontrar um público para o novo meio.” E, por último, refere as “características técnicas: a internet é um meio ou apenas um suporte? Se a internet, e em particular a Web, não é um meio mas antes um suporte, então não pode ter uma linguagem própria. Neste caso, limitar-se-á a repetir formatos linguísticos informativos já utilizados nos meios tradicionais.” (2007: 17 e 18)⁷.

No entanto, apesar de nove anos passados das justificações de Canavilhas, é consistente dizer que a internet é um meio e não um suporte para os jornalistas. A lenta evolução no ciberjornalismo é uma consequência ligada à resistência na incorporação/aceitação do jornalismo *online* por parte dos media. Com base neste panorama, torna-se prudente olhar, mais uma vez, para a obra *Journalism and New Media* de Pavlik, onde o autor aponta três motivos para explicar o sucedido, indo de encontro com as ideias já expostas anteriormente.

“Primeiro, excetuando algumas televisões, a maior parte dos sites noticiosos não têm a tradição de criar conteúdo multimédia; nem têm cultura ou recursos para produzir mais conteúdos originais. Segundo, muitos veem o jornalismo online apenas como uma extensão das suas atuais atividades e, no caso da imprensa, tendem a não ver o vídeo e o áudio como relevantes. Terceiro, muitos meios de comunicação não têm jornalistas com capacidades e conhecimentos multimédia.”

Pavlik (2001: 5)

⁶ CANAVILHAS João (2005), Os jornalistas online em Portugal. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-jornalistas-online.pdf>.

⁷ CANAVILHAS, João (2007), *Webnoticia: Propuesta de Modelo Periodístico para la WWW*. Livros Labcom. Disponível em: http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20110823-canavilhas_webnoticia_final.pdf

É fácil de perceber que ainda há um caminho a percorrer para que os meios de comunicação tirem total proveito de todas as potencialidades do mundo *online*, mas os primeiros passos já foram dados.

Em Portugal...

A afirmação do ciberjornalismo em Portugal foi mais lenta do que a ocorrida em outros países e ficou assinalada “por uma série de frustrações, algumas delas devido a expectativas utópicas em relação à viabilidade de alguns projetos” (Bastos, 2005:1).⁸

Indo de encontro às ideias partilhadas por Pavlik, em termos de fase de evolução, o jornalismo *online* português demorou também a ser adaptado de uma forma correta nas redações dos meios de comunicação portugueses. Hélder Bastos (2010)⁹ classifica as três fases de evolução do ciberjornalismo em Portugal como: implementação, expansão e depressão/ estagnação, tendo início em 1995.

A implementação é referente aos primeiros passos do ciberjornalismo português e decorre até ao ano de 1998. É caracterizada pela “experimentação” e pela “incerteza quanto aos resultados” (Bastos, 2010: 33), onde as empresas, apesar de aderirem de “forma acentuada” às páginas na Web, apenas reproduziam no ciberespaço “os cânones do jornalismo tradicional” (Bastos, 2010:34).

Demorou algum tempo, mas os media começaram a perceber as potencialidades que a internet lhes poderia trazer e entraram assim na segunda fase de evolução: a expansão. Segundo Bastos, este período equivale a dois anos, 1999 e 2000, e ficou marcado pela criação “de novos projetos envolvendo investimentos avultados” (2010:39). O aparecimento do *Diário Digital*, *Portugal Diário* e *Maisfutebol* são exemplo desta nova fase de aceitação do ciberjornalismo nas empresas portuguesas de comunicação social, que começaram a incluir jornalistas nas suas redações apenas para as secções *online*. A internet passa a ser vista como um meio e não apenas como um suporte ao trabalho do jornalista.

⁸ BASTOS, Hélder (2005). Ciberjornalismo: dos primórdios ao impasse. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bastos-helder-ciberjornalismo-dos-primordios-ao-impasse.pdf>

⁹ BASTOS, Hélder (2010). Origens e Evolução do Ciberjornalismo em Portugal. Porto: Edições Afrontamento.

E é neste panorama que chegamos à fase da depressão/estagnação. Ao fim de apenas dois anos de aposta neste novo meio, as empresas, que ainda não sabiam ao certo que modelo de negócio seria sustentável no mundo *online*, sentiram os seus primeiros “sinais de crise” (Bastos, 2010: 40). A aposta feita não teve as receitas de publicidade pretendidas e as empresas tiveram de cortar nos profissionais que tinham contratado.

Canavilhas (2005) analisou também os vários períodos do ciberjornalismo em Portugal, destacando que “numa primeira fase, jornais, rádios e televisão foram atraídos pela imagem da inovação tecnológica associada à presença na Internet e pela possibilidade de conseguirem uma dimensão global até então condicionada pelos circuitos da distribuição” (2005:1). Para o autor, este foi um dos motivos que levou os meios de comunicação social portugueses a limitarem-se, neste período, a “transportar para a web aquilo que já faziam nas versões tradicionais” (2005:1), destacando, no entanto, que depois de se compreender o potencial da internet, “cedo se percebeu que explorar as potencialidades jornalísticas da web exigiria um investimento assinalável” (2005: 1).

Mas a vida não era fácil para as empresas. Mergulhadas numa “economia em recessão” marcada pela “queda das empresas tecnológicas” (Canavilhas, 2005:1) – o tal período de depressão/estagnação falado por Bastos –, os media começaram à procura de um modelo económico que viabilizasse o investimento *online*. As ideias iniciais de que a “supressão das despesas relativas ao papel e à distribuição colocaria os custos de produção de uma publicação *online* ao nível das receitas oriundas da publicidade” (Canavilhas, 2005:1) não se verificou e os custos não foram cobertos.

Chegando à conclusão que um modelo económico baseado em publicidade não era sustentável, o PÚBLICO, em abril de 2005, passou a cobrar pela sua versão *online*, optando assim por um novo modelo de pagamento de conteúdos. Uma solução que também não se mostrou ser a melhor, já que, segundo Canavilhas, “é difícil convencer os consumidores a pagarem um bem ou serviço quando ele foi fornecido gratuitamente por um longo período” (2005:2).

A solução escolhida por vários meios de comunicação social foi então optar por ter na sua versão *online* conteúdos exclusivos para aquele meio, pelo qual o cliente tem de pagar para ter acesso. Aqui temos, entre muitos, o exemplo do jornal desportivo *Record* que criou o chamado *Record Premium*, onde os seus assinantes têm acesso a vários textos exclusivos.

Canavilhas (2005), defendia que os “clientes estão dispostos a mudar de atitude, pagando o bem ou serviço”, caso este sofresse “melhorias significativas”, identificando, com base no estudo *A Internet e a Imprensa em Portugal*, de 2003, razões que levariam os consumidores a pagar pelo serviço *online*. A “personalização, desejo de aceder a informação com suporte multimédia, a atualização permanente e possibilidade de trocar informações com os jornalistas” eram os fatores que, na altura, levariam os leitores a desembolsar uma quantia monetária para aceder à informação na web.

Concordando em vários pontos, Bastos e Canavilhas partilham também a ideia de que o ciberjornalismo em Portugal sofreu com o facto de não ter conseguido acompanhar ativamente o desenvolvimento deste meio em outros países. O tempo que demoraram a conseguir um modelo de negócio viável (será que já conseguiram nos dias de hoje?) levou “a generalidade dos investidores a desinteressarem-se pelo ciberjornalismo” (Bastos, 2010: 54), tornando difícil que as empresas e os jornalistas se adaptassem a todas as mudanças que se viviam no meio.

Novo meio, novas necessidades profissionais: a convergência

“O planeta dos media está a sofrer um traumatismo de uma intensidade nunca antes vista. O impacto do meteorito internet, semelhante àquele que fez desaparecer os dinossauros, tem provocado uma mudança radical de todo o ecossistema mediático” Ignacio Ramonet (2011: 11)¹⁰

A frase de Ignacio Ramonet dá conta do impacto que a internet teve no *modus operandi* do jornalismo, o que levou a que fossem pedidas novas características aos profissionais da informação.

Sara Meireles Graça, no seu livro *Os jornalistas portugueses: Dos problemas da inserção aos novos dilemas profissionais* (2007), sublinhava o facto de se terem multiplicado “as exigências profissionais de quem agora trabalha para uma audiência ilimitada, dispersa à escala mundial, e se vê continuamente impelido a renovar as suas

¹⁰ RAMONET, Ignacio (2011), La explosión del periodismo. Internet pone en jaque a los medios tradicionales. Espanha: Clave Intelectual. Disponível em: http://perio.unlp.edu.ar/catedras/system/files/la_explosion_del_periodismo_de_ramonet.pdf

práticas para satisfazer um mercado saturado de informação” (2007:107)¹¹. Para a autora, os jornalistas estão agora colocados “perante fortes e renovados dilemas de conceção e atuação profissional” ao qual se têm de adaptar.

Assim, recorrendo, mais uma vez, a Ignacio Ramonet (2011:11), “o ADN da informação mudou, há que mudar o ADN dos jornalistas”. Os profissionais da comunicação estão agora obrigados a lidar com as novas ferramentas da internet, usando novos recursos para contar as suas histórias e tornando-se cada vez mais multifacetados, já que as empresas jornalísticas exigem cada vez mais dos seus profissionais.

E é Kawamoto, citado por Hélder Bastos (2005:5), que lembra que “não podem mais os jornalistas pensar que só porque trabalham num *médium* (por exemplo, um jornal) não precisam de se preocupar acerca da forma como a sua história deveria ser apresentada noutro (na TV ou na Web). Não mais as escolas de jornalismo podem formar alunos que percebem apenas um conjunto de ferramentas de comunicação” (in Kawamoto, 2003:72).

Os ciberjornalistas têm de “redigir notícias, produzir fotografia, áudio e vídeo, construir páginas Web, transpor conteúdos impressos ou audiovisuais para a rede, acrescentar hiperligações, fornecer interfaces que permitam aos utilizadores o recurso a bases de dados diversas, desenvolver comunidades *online*, particularmente através de linhas de chat, etc..” (Bastos, 2005:4). Tudo isto num curto período de tempo, outra das características do ciberjornalismo.

Deuze (1999)¹², que vai de encontro com os autores citados anteriormente, chama a atenção para essa tal característica do ciberjornalismo: a convergência. O autor refere que o jornalismo *online* não se resume a redigir textos, mas a explorar todos os formatos possíveis a ser utilizados numa história.

Assim, tendo em conta todas as múltiplas capacidades pedidas aos profissionais e a convergência que este novo meio de comunicação veio trazer à profissão, não poderia ser mais pertinente a opinião de Anabela Gradim, no seu trabalho *Os Géneros e a Convergência: o jornalista multimédia do século XXI*, que considera que “o jornalista

¹¹ GRAÇA, Sara Meireles (2007). Os jornalistas portugueses: Dos problemas da inserção aos novos dilemas profissionais. Coimbra: MinervaCoimbra

¹² DEUZE, Mark (1999). Journalism and the Web: An Analysis of Skills and Standards in an online Environment, Gazette

do futuro será uma espécie de MacGyver. Homem dos mil e um recursos, trabalha sozinho, equipado com uma câmara de vídeo e *html*, e ligação sem fios à internet”¹³.

Do “Última Hora” ao “Último Segundo”: A urgência de ser o primeiro

Internet é quase um sinónimo de constante atualização, constante nova informação. Com o surgimento deste novo meio nas redações, e depois de serem adaptadas as verdadeiras potencialidades da web pelo jornalismo, o leitor não mais precisou de esperar pelo dia seguinte para ter acesso a informação e atualizações de última hora (no caso dos jornais). Tudo é acompanhado ao segundo por este novo meio. Basta ver o caso dos recentes atentados terroristas a Paris, de 13 de novembro de 2015. Todo o mundo estava em constante contacto com o que se passava na capital francesa. Houve mesmo *sites* de meios de comunicação que acompanharam em direto, durante vários dias, todas as novas informações que se iam descobrindo e sendo divulgadas.

Tudo ficou mais perto e mais acessível, o que é bom para o trabalho do jornalista, mas, por outro lado, o rigor da verificação dos factos e a qualidade dos textos diminuiu. Bill Kovack e Tom Rosenstiel, na sua obra *Os Elementos do Jornalismo*, dão conta desta situação. Para os autores, “escrever bem um artigo, fora do esquema rígido da pirâmide invertida, leva o seu tempo. É, no fim de contas, um exercício estratégico que envolve mais do que a simples ligação de factos, em frases curtas e afirmativas. E o tempo é um luxo que os jornalistas dispõem cada vez menos” (2004:154)¹⁴.

A verdade é que os ciberjornalistas nem sempre podem verificar toda a informação que recebem, já que, por vezes, “verificar exige proceder a contactos com os colegas e fontes, pesquisas documentais, consultas de arquivos, cruzamentos. São tarefas que consomem muito tempo” (Bastos, 2012:3)¹⁵ e que não permitem corresponder à ânsia de ser os primeiros a dar a informação.

No entanto, muitas são as informações a que o jornalista tem acesso. Qualquer pessoa com internet e com um telemóvel pode filmar e colocar qualquer tipo de

¹³ GRADIM, Anabela. Os Géneros e a Convergência: o jornalista multimédia do século XXI. Disponível em: <http://labcom-ifp.ubi.pt/files/agoranet/02/gradim-anabela-generos-convergencia.pdf>

¹⁴ KOVACK, Bill e ROSENSTIEL, Tom (2004). *The Elements of Journalism; What Newspeople Should Know and the Public Should Expect*. Guardian Books

¹⁵ BASTOS, Helder (2012). *A diluição do jornalismo no ciberjornalismo*. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bastos-helder-2013-a-diluicao-do-jornalismo-no-ciberjornalismo.pdf>

conteúdo na web, o que faz com que haja uma enorme quantidade de informações erradas a que, diariamente, milhares de pessoas têm acesso, incluindo os jornalistas. Sem tempo para verificar as fontes da informação, os ciberjornalistas podem cair em erro e publicar algo que não seja verdadeiro.

Uma opinião que é sustentada por Pavlik que considera “as pressões do *deadline* têm consequências negativas sérias na veracidade das notícias. Jornalistas sob pressão do *deadline* podem cometer erros, por vezes sérios, têm pouco tempo para proceder à verificação dos factos, e podem até publicar uma história completamente falsa. As fontes podem nem chegar a ser contactadas devido à necessidade de cumprir *deadline*” (2011: 63). Para o autor, há muito conteúdo dúbio na internet e torna-se muito importante que o jornalista avalie cuidadosamente a informação, verificando “*offline* a informação que é obtida *online*”.

No entanto, isso nem sempre acontece e a falta de tempo para verificações coloca em causa o tradicional papel de *gatekeeper* a que o jornalista devia ser fiel, tendo o poder de decidir, a partir de determinados valores notícia, o que era ou não notícia. Para Hélder Bastos (2012), “talvez nenhuma outra função jornalística foi tão claramente desafiada pela Web” (2012:4) e, tendo isto em conta, esta confrontou os profissionais de comunicação com a necessidade de “reavaliarem as suas rotinas de filtragem e de valorização das notícias” (ibid.)

Gustavo Cardoso, Rita Espanha e Vera Araújo, na sua obra *Da comunicação de Massa à Comunicação em Rede*, defendem que o jornalista deixou o papel de *gatekeeper* e passou a ser um *gatewatcher*, “passando a incorporar as noções de controlo de qualidade e significado” (2009:72)¹⁶. São agora “intérpretes credíveis de uma quantidade de informação disponível sem precedentes, assumindo mais o papel de intérpretes do que o de guardiões da informação”.

“A obrigação ética do jornalista passou a ser ajudar os cidadãos a encontrar e a perceber informações em que podem confiar; o jornalista, num ambiente destes, tornou-se não um gatekeeper, mas sense-makers. A ênfase desloca-se da regulação da quantidade de informação que entra no discurso público para a asseguuração da qualidade de, pelo menos, alguma dessa informação.” SINGER (2007:45)

¹⁶ CARDOSO, Gustavo, ESPANHA, Rita, ARAÚJO, Vera (e outros) (2009), *Da comunicação de massa à comunicação em rede*. Porto: Porto Editora

A citação de Singer, recuperada por Helder Bastos (2012:4), mostra assim o novo papel do jornalista nesta sociedade que devora informação ao segundo. Apesar de toda a informação disponível, o leitor precisa de alguém que lhe indique quais são os melhores sítios para encontrar notícias fidedignas e, mesmo apesar do *deadline*, o jornalista tem a obrigação de prestar um bom serviço aos seus cidadãos. Uma opinião que é partilhada por Kovack e Rosenstiel em *Os Elementos do Jornalismo*, que defendem que “o novo jornalista já não decide o que o público deve saber. Ajuda-o, antes, a ordenar as informações. Isto não implica o simples acréscimo de uma interpretação ou análise ao relato das notícias. A primeira tarefa do novo jornalista/explicador é verificar quais as informações que são fiáveis e ordená-las para que as pessoas possam apreendê-las de modo eficaz” (Kovack e Rosenstiel, 2004:23)¹⁷, sem esquecer, no entanto, um dos princípios da profissão: “a primeira obrigação do jornalismo é para com a verdade” (2004:36).

Novo modelo de jornalismo sedentário

Com as novas necessidades dos leitores, que consomem informação durante 24 horas por dia, o jornalista viu outra das suas funções ser alterada. A internet possibilitou o acesso a todo o tipo de informação, ocorrida em todo o mundo, a partir de uma sala de uma redação – o que é vantajoso do ponto de vista empresarial, já que permite às empresas pouparem dinheiro em deslocações, mas mau para o trabalho do jornalista.

Ir para o terreno e testemunhar os acontecimentos tornou-se cada vez mais raro e quase todo o trabalho jornalístico, desde a recolha de dados ao contacto com as fontes (que são agora intermináveis devido ao mundo *online*) é quase sempre (quando o é) sentado ao computador (Bastos, 2012:5), principalmente para os ciberjornalistas.

Em 2005, Salaverría, recordado por Helder Bastos (2012:5), defendia que “os jornalistas que trabalham em média na Internet encontram-se provavelmente entre os que menos contacto direto têm com o exterior. Ocupados quase sempre com simples tarefas de edição, na maioria dos cibermeios atuais o seu trabalho limita-se a reconverter para o suporte digital os conteúdos previamente elaborados por outros para papel, a rádio ou a televisão. Estes jornalistas “digitais” converteram-se assim em imitações dos

¹⁷ KOVACK, Bill e ROSENSTIEL, Tom (2004). *The Elements of Journalism; What Newspeople Should Know and the Public Should Expect*. Guardian Books

antigos redatores de secretária, cuja única competência era processar a informação que outros haviam gerado” (2005:62).

A realidade sublinhada pelo autor não poderia estar mais em sintonia com aquilo que se passa nas redações dos meios de comunicação social portugueses. O ciberjornalista está restrito à sua secretária para encontrar e processar informação a toda a hora. As agências de informação e, especialmente, as páginas *online* de meios de comunicação de todo o mundo, tornaram-se a fonte principal para as notícias processadas pelos jornalistas, reduzindo assim o papel do ciberjornalista ao de seleccionar, traduzir (quando preciso), trabalhar e publicar a informação.

Ainda assim, é preciso ter em conta que a crise sentida no jornalismo também foi um dos fatores que levou a que este jornalismo sentado fosse cada vez mais implementado nas redações. Como dito anteriormente, quanto menos forem as deslocações dos jornalistas para fora das redações, mais as empresas de comunicação social ganham (poupam), sem falar que não precisam de ter um número tão elevado de jornalistas nas suas equipas. Podemos comparar esta situação a uma ‘bola de neve’. Numa primeira instância, o jornalista, com o aparecimento da internet, tem acesso a uma quantidade infinita de fontes que passa a poder contactar mais facilmente. Ulteriormente, e tendo em conta esta vantagem, as empresas veem o benefício deste novo meio e começam a cortar gastos em saídas para a rua (algo que veio a ser intensificado devido à crise, mas que não foi retomado depois de passarem pelos piores momentos). Por fim, os jornalistas acabam com o seu trabalho reduzido ao de tentar sintetizar o interminável número de informação a que têm acesso, correndo o risco de se tornarem mais recetores do que coletores de informação (Kovack e Rosenstiel, 2004:80).

As novas tecnologias, que deviam servir para facilitar e aumentar a qualidade do trabalho jornalístico, estão assim a criar empasses e a deturpar aquilo que seria o correto a fazer: aproveitar a internet para ter acesso a mais fontes para criar mais notícias originais. Um fenómeno que é tido em conta pelos autores do livro *Os Elementos do Jornalismo*, que chamam a atenção para isso mesmo: “O paradoxo é que as organizações jornalísticas utilizam as novas tecnologias para procurar menos histórias, e não mais” (Kovack e Rosenstiel, 2004:145).

A verdade é que as *estórias* que vemos em muitos *sites* noticiosos não pertencem a essa publicação, mas são reproduções de trabalhos jornalísticos de outros meios de

comunicação, o que diminui a oferta de produtos originais aos seus leitores. Muitas vezes, o leitor tem acesso às mesmas notícias em vários meios de comunicação diferentes, tendo apenas de escolher qual o que quer ler, mas sem que o conteúdo seja alterado – um fenómeno para o qual contribuem as agências noticiosas que, ao distribuírem o seu trabalho por vários meios, estão a contribuir para que o jornalismo sentido se espalhe e seja integrado nas redações.

Este cenário de mudança não é, no entanto, bem visto pelos jornalistas. Voltando a citar o trabalho de Helder Bastos (2000:132)¹⁸, este tipo de alterações nas rotinas jornalísticas leva a “uma insatisfação por parte dos novos jornalistas, quando, por razões empresariais ou organizacionais, acabam por se encontrar excessivamente afastados das tarefas que lhes são características enquanto jornalistas: contacto regular com fontes, recolha de dados, redação de notícia, reportagem, entre outras”.

Fontes de Informação

“O jornalismo não acaba por todos poderem ter melhor acesso a fontes de informação, como acontece aos utilizadores da Internet. O cidadão continua a precisar de alguém que se dedique a tempo inteiro a seleccionar, a sintetizar e a explicar. O jornalismo não acaba. Pelo contrário, ganha novos instrumentos.”
Lourenço Medeiros (1996, in Jornal de Notícias)

As fontes de informação são essenciais para o trabalho do jornalista e para a produção de notícias. Sem elas o jornalista não pode produzir o seu trabalho da melhor maneira, sendo por isso que estas são tão importantes para o jornalismo e também para este relatório. Uma fonte pode ditar se a notícia é boa e forte ou se é má e fraca. E a verdade é que, como já fomos vendo ao longo deste trabalho, esta é mais uma das alterações no campo jornalístico com a chegada da internet.

Rogério Santos, citado por Rui Miguel Gomes (2009:41)¹⁹, sublinha que por “fonte de informação considera-se a entidade, instituição, organização, grupo ou

¹⁸ BASTOS, Helder (2000). Jornalismo Electrónico: Internet e Reconfiguração de Práticas nas Redações. Coimbra: Minerva Coimbra

¹⁹ GOMES, Rui Miguel (2009). A Importância da Internet para Jornalistas e Fontes. Lisboa: Livros Horizonte

indivíduo, porta-voz ou representante que presta informação ou fornece dados ao jornalista, planeia ações ou descreve factos, ao avisar o jornalista da ocorrência de realizações ou relatar pormenores de um acontecimento” (Santos, 2003:123)²⁰.

Qualquer indivíduo pode ser uma fonte de informação, o único requerimento é que o jornalista utilize algo que esse mesmo indivíduo tenha dito na sua notícia. Traquina, no seu livro *O que é o Jornalismo*, destaca isso mesmo, reforçando que uma fonte pode ser qualquer pessoa envolvida, conhecedora ou testemunha de determinado acontecimento ou assunto (2002:116). Porém, o autor acrescenta que “o desenvolvimento da relação com a fonte é um processo habilmente orientado, com paciência, compreensão e capacidade de conversação sobre interesses comuns, até formar um clima de confiança”. (2002:116).

No entanto, como já visto, existem vários tipos de fontes e o jornalista tem de ter cuidado em analisar bem a informação que recebe, principalmente com a chegada da internet às redações. Os indivíduos, muitas vezes, querem apenas promover algum tipo de ocorrência e o jornalista não é um promotor. Ericson et al. definiram este tipo de fontes em 1989: “a atuação da fonte noticiosa é interessada quando a informação veiculada pretende promover as suas atividades ou criticar fontes opostas” (1989:6)²¹.

Já Rogério Santos (2003b)²², no seu livro *Jornalistas e Fontes de Informação*, dava também conta da situação. O autor chama estas fontes “promotores” e classifica-os como indivíduos que “identificam ou trabalham uma ocorrência como especial”, alertando que os “profissionais das organizações noticiosas (jornalistas, editores, produtores) ” transformam “algumas dessas ocorrências em acontecimentos públicos, ao publicarem-nos ou radiodifundirem-nos” (2003b:21). Mas, apesar destas serem aquelas que o jornalista tem de ter mais cuidado, principalmente com o aparecimento da internet, há outros tipos de fontes.

Assim, recorrendo à obra *A importância da Internet para os Jornalistas e Fontes*, de Rui Miguel Gomes, podemos ainda dividir as fontes de informação em mais quatro categorias: **oficiais, não oficiais, especializadas e anónimas** (2009:42).

²⁰ SANTOS, Rogério (2003). *Jornalistas e fontes de informação: as notícias do VIH-Sida com estudo de caso*, Tese de Doutoramento apresentada na FCSH, Lisboa.

²¹ ERICSON, Richard, BARANEK, Patrícia e CHAN, Janet (1989). *Negotiating Control: a study of news sources*, Toronto: University Press

²² SANTOS, Rogério (2003b). *Jornalistas e fontes de informação*, Coimbra: Minerva Coimbra

As **fontes oficiais** incluem, por exemplo, membros do Governo, primeiro-ministro, Presidente da República e, no caso do jornalismo desportivo, os próprios clubes e presidentes. Para o autor, o jornalista recorre a estas fontes para obter informações que alimentem a sua formulação noticiosa, enquanto as fontes oficiais mostram uma grande necessidade de interagir com os jornalistas, “dado que é através destes que transmitem os seus valores, perspetivas e alegados factos, maioritariamente favoráveis à própria organização” (Gomes, 2009:43). Estas fontes têm uma maior credibilidade junto dos jornalistas e, no caso do ciberjornalismo português são muitas vezes usadas nas redações *online*, pelo seu fácil acesso.

Já as **fontes não oficiais** são constituídas por associações ou empresas de pequena dimensão, grupos cívicos e organizações não-governamentais, “têm menor acesso ao campo jornalístico e frequentemente menos credibilidade” (Gomes, 2009:43). Este tipo de fontes têm como principal objetivo a “divulgação dos seus acontecimentos (...) estando interessadas no enquadramento dos mesmos, apesar de habitualmente deterem menos recursos”. No entanto, este tipo de fontes tem vindo também a ganhar algum espaço na arena mediática com a criação de agendas próprias e com o facto de os jornalistas terem a necessidade de fornecerem ângulos e perspetivas distintas de um determinado acontecimento ou história, conferindo uma riqueza superior à notícia (Gomes, 2009:44).

Faltam ainda as **fontes especialistas** e as **fontes anónimas**. As primeiras são descritas por Rui Miguel Gomes as que “possuem um conhecimento específico de uma área de saber ou atuação”, podem ser usadas várias vezes pelos jornalistas para um determinado assunto, sendo que a relação entre os dois assenta “numa base científica” (2009:44). Já as segundas são retratadas como “pessoas a quem o jornalista atribui opiniões, tomadas de posições e diversos tipos de informação, sem revelar o nome da fonte”. É usual o jornalista usar expressões como “fonte anónima”, “fontes autorizadas” ou fontes próximas de” para encobrir a identidade do indivíduo que pode, por vezes, ser uma fonte oficial, e evitar constrangimentos que possam ocorrer à fonte (2009:44) -o jornalista tem uma obrigação de “proteção e confidencialidade na manutenção do anonimato” (2009:45).

Com uma quantidade tão grande de fontes à disposição, o jornalista tem apenas de escolher e conseguir chegar àquela que lhe for mais favorável para a sua notícia. No entanto, Traquina (2002:116) avisa que “o jornalista pode utilizar a fonte mais pelo que

é do que pelo que sabe. A maioria das pessoas acredita na autoridade da posição. Quanto mais prestigioso for o título ou a posição do indivíduo, maior será a confiança das pessoas na sua autoridade”. Opinião partilhada por Rogério Santos, que refere que o “jornalista prefere conhecidos a desconhecidos quando se trata de escolher uma pessoa, e, se não houver conhecidos, ele cria-os” (2003b:19).

“As fontes são, no fundo, o verdadeiro segredo do poder de imprensa. Grande parte do seu poder não advém, por si só, das instituições noticiosas, mas das fontes que as alimentam com informações.” Michael Schudson (2003:134)²³

Assim, é de conhecimento geral que jornalistas e fontes têm uma relação simbiótica. Os primeiros precisam dos segundos e vice-versa. É por este motivo que a conexão entre os dois tem de ser bem trabalhada. “Quanto mais cooperante for a relação, maior benefício existe entre as partes” (Santos, 2003b:26). Tem de existir uma relação firme entre as duas partes, no entanto, nunca pode haver uma total confiança um no outro. É confuso para quem está de fora, mas comum, principalmente, para um jornalista, que tem de saber que nunca pode estar 100 por cento certo daquilo que as fontes lhe contam.

Ao longo do relatório temos visto a importância que as fontes de informação têm no trabalho de um jornalista, mas o que será que mudou com a chegada da internet às redações dos meios de comunicação? As definições dos vários tipos de fontes podem ser consideradas as mesmas, mas o relacionamento entre os dois sofreu alterações. O contacto direto com fontes, principalmente cara-a-cara, passou a ser muito mais raro, principalmente para os ciberjornalistas, como visto anteriormente.

Numa primeira fase, e ligado ao aparecimento do mundo *online*, surgiu o correio eletrónico que contribuiu para que os jornalistas se adaptassem mais facilmente a este novo meio. A possibilidade de contactar rápida e eficazmente colegas de profissão e fontes de informação foram determinantes para a adoção desta nova funcionalidade (Canavilhas, 2004:3)²⁴. Aqui já foram implementadas algumas mudanças no que diz

²³ SCHUDSON, Michael (2003). *The Sociology of News*, Nova Iorque e Londres: W. W. Norton & Company

²⁴ CANAVILHAS, João Messias (2004). *Os jornalistas Portugueses e a Internet*. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-jornalistas-portugueses-internet.pdf>

respeito ao contacto de fontes. Tinha-se tornado muito mais fácil entrar em contacto e pesquisar informação sobre qualquer pessoa.

Mas nem tudo foi bom. Ligado ao jornalismo sedentário – jornalismo sentado – falado anteriormente, a internet veio permitir ao jornalista ter acesso a informação de todo o mundo sem sair da redação. Cada vez mais se assiste a um jornalismo, neste caso ciberjornalismo, onde as fontes são outros meios de comunicação (dispersos por todo o mundo) em vez das próprias fontes. Não são poucas as vezes em que encontramos nas notícias “segundo o jornal X”, “adianta a rádio Y” ou “em declarações ao diário K”... É uma realidade que ganha cada vez mais espaço nos meios de comunicação. Uma solução barata para as empresas, mas que empobrece o jornalismo. Para Pavlik,

“a Internet é uma fonte valiosa de informações para trabalhos jornalísticos. Contém um vasto conjunto de informações que podem ser úteis aos jornalistas para que estes identifiquem potenciais histórias, leads e fontes de informação. A nova tecnologia disponibiliza o acesso instantâneo a um vasto conjunto de base de dados, (...) a pesquisa virtual de uma determinada história pode complementar e enriquecer a notícia. Os jornalistas, através do online, podem integrar informações nas suas notícias e dar à audiência o acesso de material em primeira mão como um suplemento das suas próprias notícias, fundamentando as mesmas” (2001:80).

Segundo o autor, este novo meio deveria servir para acrescentar factos a próprias notícias, mas não é isso que se vê no ciberjornalismo português. Vê-se sim um enorme consumo de informação em que os ciberjornalistas se veem ‘obrigados’ a usar o trabalho de outros jornalistas para enriquecer os *sites* das suas empresas, não tendo autonomia para procurar as próprias histórias no terreno.

Atualmente, a informação que um determinado jornalista recolhe da sua fonte passa a ser usada quase como uma mercadoria a que toda a gente tem acesso, na maior parte das vezes, de forma gratuita. O trabalho desse jornalista pode ser usado por qualquer outro em todo o mundo (principalmente *online*) sem que ninguém pague mais por isso, tornando-se o jornalista, ou a empresa para a qual escreve, a fonte de informação. Assim, citando mais uma vez os autores de *Os Elementos do Jornalismo* (Kovach e Rosenstiel, 2004:70): “Os jornalistas passam mais tempo a procurar algo

para acrescentar às notícias existentes, geralmente interpretação, em vez de tentarem verificar os novos factos de forma independente”.

O mundo dos ‘cliques’

“À pergunta “O que é uma notícia?”, hoje, os meios de comunicação, encurralados, tendem a responder unicamente em termos de audiência. Uma “boa” notícia é aquela que pode interessar ao maior número de gente. Não aquela que, por exemplo, é mais útil para a população, mais decisiva ou mais esclarecedora em matéria de economia, de ecologia, de político...” Ignacio Ramonet (2011: 18)

Outra das coisas que mudou com o aparecimento da internet foi a maneira de fazer dinheiro com a ‘venda’ de informação. Como visto anteriormente, os meios de comunicação demoraram algum tempo até encontrar um método que fosse rentável ao mundo *online*. Era injusto obrigar um leitor da versão impressa do meio de comunicação social, que compra o jornal num quiosque, a pagar por um produto que um leitor digital tinha direito gratuitamente.

Assim, na internet ganha-se dinheiro através do número de cliques que as notícias têm e, por sua vez, em publicidade. Ignacio Ramonet (2011:100) defende que, tendo isto em conta, “a informação *online* depende, portanto, da economia do clique. A quantidade de cliques que os internautas realizam nos *banners* publicitários (e não na sua fiabilidade ou credibilidade) é o que determina a rentabilidade de uma informação”. O autor dá ainda o exemplo da revista *online Slate*, pertencente ao Grupo Washington Post, que ao comentar um livro ou um DVD e ao colocar o respetivo *link* para a página da *Amazon* ganha 6 por cento do preço de cada compra efetuada.

Antes, o que interessava aos diretores de um meio de comunicação social era a quantidade de leitores que liam os seus jornais, o número de pessoas que comprava o produto. Agora, a juntar a isto entram também a quantidade de cibernautas que interagem e visitam os seus *sites* e que subscrevem os seus serviços. Portanto, e citando novamente o autor do livro *La explosión del periodismo: Internet pone en jaque a los medios tradicionales*, “esta massa de comunicantes (paguem ou não) converteu-se numa das principais riquezas dos gigantes da comunicação. Antes os meios de comunicação

vendiam informação ou entretenimento aos cidadãos. Agora, preferem vender cidadãos (consumidores, leitores, ouvintes, telespectadores, internautas, bloggers, seguidores no Facebook ou no Twitter...) aos anunciantes. Quanto maior é o número de consumidores de um media, mais cara será a tarifa de publicidade...”(Ramonet, 2011:99).

Uma opinião que é partilhada por Bill Kovack e Tom Rosenstiel (2004:64) que destacam o facto de “em vez de venderem conteúdos aos clientes, os profissionais do jornalismo estão a criar uma relação com o público baseada nos seus valores, na sua capacidade crítica, autoridade, coragem, profissionalismo e empenho para com a comunidade. Desta forma se criam laços com o público que a organização jornalística aluga depois aos anunciantes”.

Os anúncios sempre foram uma base importante para a sustentabilidade dos meios de comunicação social e é com estes ganhos que muitos media conseguem colocar o meio em circulação (na história do jornalismo muitas foram as empresas de media que tinham prejuízo para distribuírem o seu ‘produto’). No entanto, é preciso não esquecer que os jornalistas não trabalham para os anunciantes e que apesar de não ser “o público o cliente que compra bens ou serviços, mas sim o anunciante. (...) O cliente/anunciante tem de subordinar-se à terceira figura, que é o cidadão” (2004:64).

Jornalismo desportivo

*“O jornalista que faz desporto não tem de saber tanto de futebol como o Mourinho, tanto de basquetebol como o Michael Jordan ou tanto de golfe como o Tiger Woods. Tem de saber essencialmente de jornalismo, mas é importante que tenha conhecimentos da área em questão. É importante que goste de desporto, mas tem de estar atento a outras áreas, porque jornalista é jornalista – tem de saber fazer política, economia, cultura, sociedade... Tem de compreender e analisar bem o fenómeno desportivo, mas fundamentalmente, tem de saber muito de jornalismo e saber usar esses conhecimentos”. Manuel Fernandes Silva (2011, in *jornalismoespecializadoblogs*²⁵)*

Como temos visto ao longo do trabalho, o jornalismo tem mudado ao longo da sua história, mas não foi só na maneira de o fazer. Nos dias de hoje assistimos a uma

²⁵ SILVA, Joana (2011). Blogue de Jornalismo Especializado, Universidade Lusófona Porto: 11 de Maio de 2011 - <http://jornalismoespecializado.blogs.sapo.pt/34948.html> (consultado a 9 de Fevereiro de 2016)

maior fragmentação da profissão, cada vez mais assistimos a um jornalista que apenas trabalha numa área específica, ao contrário do que acontecia em tempos passados, onde havia uma pluralidade da classe, dominando e trabalhando em diferentes áreas – entre a política, economia, desporto, ciência, etc. Com um público cada vez mais exigente, os jornalistas focam-se assim em cobrir toda uma área específica, sem, no entanto, deixar para trás as outras áreas de conhecimento. É assim que ‘nasce’ o jornalismo desportivo.

Tal como o jornalismo, o jornalismo desportivo também foi evoluindo ao longo dos tempos. “As primeiras notícias desportivas aparecidas na imprensa limitavam-se a resenhas de casos curiosos comentados por quem tinha presenciado a luta entre o cozinheiro de Lord Smith e o pasteleiro do Duque de Bridge, numa modalidade que se denominava por Boxeo” (Silveira, 2009: 20)²⁶ e a verdade é que este género foi-se tornando “na comunicação periódica de maior audiência” (Silveira, 2009: 20).

Segundo a mesma autora, “os primeiros jornalistas desportivos foram escritores subjugados pela emoção da competição, pelos feitos dos atletas. Contudo, o aumento rápido da importância do desporto para o veículo e para o público, acabou por incluí-lo como um género específico do jornalismo, ao lado da economia, política, religião. Para tanto, são necessárias pessoas capacitadas para descrever o que acontece nas competições e as suas consequências” (2009: 21).

Mas por que motivo se dá tanta importância ao desporto? Se formos a ver não são só algumas páginas de uma publicação que se dedicam ao desporto, há inclusive publicações diárias inteiras sobre este género jornalístico. Em Portugal, que é um país considerado por muitos como ‘pequeno’, temos três jornais diários desportivos. E qual é o motivo? É um tipo de informação que vende. As pessoas gostam de ler sobre desporto, mais especificamente futebol, e é uma paixão universal. É algo a que toda a gente gosta de ter acesso, seja para ver os resultados da sua equipa preferida, quer seja porque simplesmente o pratica diariamente, à procura de uma vida saudável, e acaba por se apegar a uma modalidade. Estamos perante uma sociedade que está submersa em desporto e Manuel Fernandes Silva, jornalista desportivo da RTP, retratou bem esta ideia quando participou, em 2011, numa aula de Jornalismo Especializada na Universidade Lusófona do Porto: “Quase todas as pessoas têm uma opinião sobre

²⁶ SILVEIRA, Nathália Ely da, (2009), Jornalismo Esportivo: Conceitos e práticas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Porto Alegre (Brasil). Acedido através da Internet. URL: <http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/22683/000740013.pdf>

desporto, podem não saber sobre política, economia ou ambiente mas a esmagadora maioria tem sobre desporto, tem clube”.

Também Luís Castro, citado por Silveira (2009: 46) sublinha que, “o desporto, em si mesmo, é um veículo de comunicação. Os desportistas, com as suas atuações, ‘comunicam’ alegria ou tristeza, força ou debilidade, vontade ou indecisão; enfim, muitos sentimentos que transmitem aos demais, com a plasticidade dos seus movimentos” (Castro, 1995: 56).

O desafio

“O Jornalismo desportivo não é um parente pobre, uma ciência oculta, um “escape” para os menos capazes, nem é o jornalismo mais importante que existe.”
Manuel Fernandes Silva (2011, in jornalismoespecializadoblogs)

Desde o seu início que o jornalismo especializado em desporto tem tido algumas dificuldades em se afirmar no mundo do Jornalismo. Havia muita gente que não levava a sério este tipo de especialização e considerava-o como um ‘jornalismo à parte’, coisa que ainda não mudou totalmente nos dias de hoje. Apesar de este já ser um dos géneros que mais vende, há ainda, em raras ocasiões, uma mentalidade a mudar.

Quando tive a minha primeira experiência no mundo do jornalismo desportivo, no *Record*, em 2014, numa conversa com uma das jornalistas da redação sobre este tema, ela disse-me uma frase que guardei sempre e que resume bem o que se pensa sobre a área: “No jornalismo há uma mentalidade de que qualquer pessoa pode fazer jornalismo desportivo. É mentira. A verdade é que um jornalista desportivo escreve sobre desporto ou qualquer outro tema. Um jornalista que não faz desporto pode escrever sobre tudo, menos sobre desporto”. E, analisando bem a questão, acabamos por ver que, de facto, é uma realidade. Muitos dos meus colegas na Licenciatura em Comunicação Social na Escola Superior de Educação de Coimbra, falando claro de aspirantes a jornalistas, conseguiam fazer uma peça sobre qualquer assunto, mas quando chegavam ao desporto a história era outra, muito devido à linguagem utilizada.

Joana Silva (2011) realça as diferenças que se encontram entre este e os outros géneros da profissão: “Não se pode utilizar adjetivação num outro tipo de jornalismo,

no desporto é muito comum escrever-se ‘grande defesa’, ‘extraordinário remate’. Este tipo de linguagem é quase obrigatório no desporto. Além dos títulos e capas, as próprias notícias surgem numa linguagem quase erudita. Surge uma certa criatividade literária, às vezes carregada de sarcasmo e ironia”, algo que nem sempre está ao alcance de todos, não querendo, no entanto, dizer que este género é melhor que os outros... é apenas diferente.

No livro *Introdução ao Jornalismo desportivo* (1999)²⁷, de Luís Sobral e Pedro Magalhães, Fernando Cascais dá conta da ideia partilhada neste capítulo, ao referir que “há alguns anos, não muitos, o jornalismo desportivo era aceite, no máximo, como de segunda divisão. Os seus profissionais e colaboradores sentiam o estigma, mesmo praticando o jornalismo de maior audiência em Portugal”, continuando depois: “Se existe domínio onde o exercício do jornalismo tem de vencer preconceitos e derrotar mal-entendidos ele é o desportivo” (1999).

No entanto, chegou a um ponto em que estas ideias tiveram, aos poucos, de começar a ser ultrapassadas. Sendo um dos géneros que tem ao seu dispor diariamente um maior número de páginas, que envolve empresas de renome com um grande poder financeiro e, sendo a vontade de consumo do leitor, seja esta certa ou errada, um ponto a ter em conta, o jornalismo teve de começar a olhar para a especialização em desporto com outros olhos. Uma ideia que é partilhada por Craig Tregurtha, do *Sunday Mirror*, numa entrevista concedida a Raymond Boyle, em 2004, e citada por Ana Tulha (2012)²⁸ no seu Relatório de Estágio de Mestrado em Jornalismo: “Longe vão os dias em que o desporto significava apenas preencher um par de páginas no fim do jornal. (...) Agora é um negócio sério que envolve grandes empresas. Por isso os jornais têm de o tratar com mais seriedade, entendendo, ainda assim, que o desporto também faz parte da indústria de entretenimento”.

O problema da parcialidade e imparcialidade

²⁷ SOBRAL, Luís e MAGALHÃES, Pedro (1999): *Introdução ao Jornalismo desportivo*. Lisboa: CENJOR

²⁸ TULHA, Ana Sofia Pereira (2012): *O Jornalismo sentido e a dependência das agências: o caso da secção de Desporto do jornal Público*. Relatório de Estágio em Jornalismo na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas (FCSH) – Universidade Nova de Lisboa (UNL). Disponível em: <http://run.unl.pt/handle/10362/9391>

“Não há jornalista que não tenha clube, transportar essa tendência para o trabalho é que é inconcebível” Alexandre Afonso, jornalista de desporto da Antena 1 (2012:26)²⁹

Uma grande discussão ligada ao jornalismo desportivo é o facto de muita gente duvidar que o jornalista consiga manter a imparcialidade nas suas notícias. Sendo o desporto, principalmente o futebol, vivido com uma grande intensidade pelos seus adeptos e, como já referido, ‘toda a gente ter o seu clube’, muitos são aqueles que desconfiam da capacidade do jornalista em se manter emocionalmente afastado da notícia se for adepto de um. Por isso, em Portugal, é normal que os jornalistas desportivos escondam as suas escolhas clubísticas.

Esta opinião é partilhada pelo comentador Bernardino Barros, que considera que o jornalista desportivo português deve manter a sua ‘cor clubística’ para si e revela que, caso contrário os jornalistas correm o risco de passar “de bestiais a bestas”. “Se eu disser qual o meu clube, imediatamente os ouvintes que me ouviam antes vão passar a ouvir-me de maneira diferente”, esclarece (Rocha e Portocarrero, 2012)³⁰. E a realidade é que o universo futebolístico português ainda não está preparado para aceitar que os jornalistas desportivos portugueses assumam abertamente o seu clube. Uma atitude completamente contrária ao que se passa no nosso país vizinho. Em Espanha, Tomás Roncero, jornalista do diário desportivo As, é adepto assumido do Real Madrid e um grande fã de Cristiano Ronaldo, mas não é só. Além disto, trabalha no jornal que é conotado com o clube rival, o Atlético de Madrid, e nada diz que não faz bem o seu trabalho por ser *madridista* (alcunha usada para os adeptos do Real Madrid).

No entanto, nem sempre é assim e quando uma equipa portuguesa joga para uma competição internacional, caso da Liga dos Campeões ou da Liga Europa, as coisas mudam de figura. “Ser jornalista desportivo em Portugal, é ser ‘um camaleão’ que tem que se adaptar ao evento que está a cobrir de forma a realizar o melhor trabalho possível. Enquanto num jogo internacional, o jornalista pode adotar uma posição mais

²⁹ SANTOS, Cristiana Ávila (2012): Jornalismo desportivo: A notícia em televisão e as fontes de informação dos jornalistas. Relatório de Estágio em Jornalismo na FCSH – UNL. Disponível em: <http://run.unl.pt/bitstream/10362/9162/1/Relat%C3%B3rio%20de%20Est%C3%A1dio%20-%20TVI%20-%20Mestrado%20em%20Jornalismo.pdf>

³⁰ ROCHA, Júlia e PORTOCARRERO, Marta, (2012): Jornalismo desportivo: Clubes geram reações “exacerbadas”, Universidade do Porto. Disponível em: http://jpn.c2com.up.pt/2012/05/28/jornalismo_desportivo_clubes_geram_reacoes_exacerbadas.html

“nacionalista” perante a equipa portuguesa, numa transmissão de um jogo nacional, o jornalista seria criticado se assumisse algo para além de uma posição neutra” (Costa, 2011)³¹.

Outro caso em que é permitido ainda pelos adeptos portugueses que o jornalista desportivo não seja imparcial é quando joga a Seleção Nacional. Aqui estes devem sempre apoiar a equipa das quinas e ninguém leva isso a mal. João Nuno Coelho defende esta mesma opinião no seu trabalho *“Vestir a camisola” – Jornalismo desportivo e a Seleção Nacional de futebol (2004:29)*: “Não seria necessária uma análise sistemática da imprensa para perceber que a posição dos jornalistas, quando está em causa uma representação nacional é a tomada de partido declarada e óbvia a favor dessa representação. Esta parcialidade abertamente assumida, quantas vezes manifestada de forma espetacular e emocional, está exatamente nos antípodas da posição e postura dos mesmos jornalistas quando acompanham provas nacionais, envolvendo a competição entre atletas ou clubes portugueses”.

Esta opinião é também partilhada no trabalho de Júlia Rocha e Marta Portocarrero com João Ricardo Pateiro, jornalista da TSF que “assume que o entusiasmo cresce quando a equipa portuguesa marca um golo” (2012). O jornalista admite que “um golo da equipa portuguesa é relatado de uma forma eufórica e, no caso da outra seleção, é feita apenas a referência” (Rocha e Portocarrero, 2012). Um facto que é fácil de constatar em todos os jogos da Seleção Nacional, não só nos relatos, como em todos os meios de comunicação social do país. As capas dos jornais na véspera das partidas de Portugal apelam sempre ao nacionalismo. E é difícil de esquecer, por exemplo, o relato de Nuno Matos, locutor da Antena 1, na 2.^a mão do *play-off* de apuramento para o Mundial-2014, entre a Suécia e Portugal, em Novembro de 2013. O jornalista entrou em completo êxtase com os golos de Cristiano Ronaldo na vitória sobre os suecos, por 3-2, que permitiu a qualificação da Seleção para o Campeonato do Mundo de futebol, no Brasil. O relato de Nuno Matos não só foi um sucesso no país, como foi divulgado além-fronteiras.

É com a Seleção Nacional que começam a ser ouvidas/lidas nos meios de comunicação palavras como ‘nós’ e ‘eles’, os ‘nossos’, sem que se levante qualquer problema do favoritismo claro. “O comentador torna-se mais um adepto entre muitos, já

³¹ COSTA, Lara, (2011): Ser Jornalista Desportivo em Portugal. Blog de Jornalismo Especializado, Universidade Lusófona Porto. Disponível em: <http://jornalismoespecializado.blogs.sapo.pt/37292.html>

que o valor que se encontra em jogo é a nação” (Coelho, 2004:29), algo que seria impensável numa competição nacional. No entanto, o patriotismo não influencia o trabalho do jornalista na análise do jogo. Se os jogadores e treinadores não mostrarem o seu real potencial e, acima de tudo, se o seu desempenho não dignificar o nome de Portugal as coisas alteram-se e todos são alvo de escrutínio.

Voltando um pouco atrás e regressando ao panorama nacional, este tem vindo a ser alterando com o aparecimento das televisões dos clubes. A Benfica TV, Porto Canal e, mais recentemente, a Sporting TV, deixam para segundo plano a questão da imparcialidade jornalística e, neste caso, os seus adeptos não se sentem afetados por isso. Aliás, comentários que caso fossem feitos num outro meio de comunicação social seriam logo criticados passam agora a ser permitidos, já que são quase sempre favoráveis ao clube em questão. No meio destas mudanças, houve também alguns jornalistas oriundos de canais generalistas que aceitaram o convite para exercer o seu trabalho em alguns dos respetivos canais, pondo em risco não só a sua parcialidade, como também o seu lado deontológico. Neste novo meio, o jornalista vai ser obrigado a enfrentar um dilema em que de um lado tem o seu patrão, que lhe paga o salário, e que lhe exige essa tal parcialidade e, por outro, tem o dever de defender os valores éticos e morais da sua classe profissional.

No entanto, e apesar de todas as contradições que esta discussão possa levantar, a verdade é que o jornalista desportivo português está ciente que o facto de ter um clube não tem qualquer implicância no seu trabalho. Apesar da sua ‘cor clubística’, continua a ser capaz de manter a sua imparcialidade e de respeitar todos os códigos deontológicos intrínsecos à sua função, o único problema é que dificilmente estes seriam aceites pela opinião pública e vistos com bons olhos pelos adeptos de clubes rivais caso assumissem o seu clube... Uma mentalidade que falta mudar na sociedade portuguesa.

Futebol: A pedra preciosa do Jornalismo desportivo

Quando se fala em jornalismo desportivo fala-se maior parte das vezes em futebol. O motivo? É o desporto que mais suscita interesse e paixão entre os adeptos portugueses e, verdade seja dita, a nível mundial. Os assuntos da ordem do dia de muitos dos portugueses estão relacionados com futebol e não se pode negar que estes o

adoram. O que se passa no seu clube, o jogo do rival, a contratação de um novo jogador, etc... É tudo motivo para uma boa ‘conversa de café’ ou ‘discussão’ com o colega de trabalho. E quantos não são os portugueses que não tiveram, pelo menos uma vez, uma discussão por causa de futebol?

Mas a verdade é que também o futebol (e não só, claro) dá a conhecer Portugal ao Mundo. Quem nunca viajou para um qualquer país e, quando disse que era português, não recebeu logo uma resposta do género: “Ah! Portugal... Cristiano Ronaldo. É o melhor do mundo, não?” ou “Mourinho! ‘*Special One*’”. O futebol move paixões e multidões e não é à toa que é chamado ‘desporto-rei.’

“Se existem 22 homens de 22 países, que falam diferentes línguas, pertencem a raças diferentes e professam religiões diversas, se lhes dão uma bola e um árbitro, têm muitas possibilidades de se entenderem, jogar e divertirem-se” Zaldivia (1995:50)

A frase recuperada por Silveira (2009:36) representa bem aquilo que é o futebol e o que é capaz de fazer. Apesar de nem tudo ser um mar de rosas nesta modalidade, a união que proporciona em torno de um clube ou jogador não deixa de ser espetacular, talvez seja por este motivo que é tão dominante dentro do jornalismo desportivo português. “O futebol é apaixonante e sentimental, porque envolve competição e um forte antagonismo: ganhar ou perder. Em Portugal, é visto como o maior representante do país lá fora, o que suscita motivos de orgulho, raramente manifestados entre nós. Depois, o jornalismo desportivo empolga todos os feitos da seleção nacional ou dos clubes portugueses na Europa, numa exaltação do sentimento patriótico. Procura criar empatia entre os portugueses e os seus representantes no mundo do futebol” (Macedo, 2011: 63).

Para Manuel Fernandes Silva “na área do desporto falamos, ouvimos, escrevemos e respiramos futebol! Desde 2005 que os programas mais vistos são sobre desporto, sobre futebol” (Silva, 2011) e isso mostra o quão importante é a modalidade na vida dos portugueses, que têm uma paixão pelo desporto. E qual é o trabalho do jornalista desportivo? É alimentar esta ‘paixão’. Todos querem estar informados sobre o que se passa e sobre o que é dito sobre as grandes estrelas mundiais do desporto. Seja Ronaldo e Messi no futebol, Djokovic no ténis ou Ricardinho no futsal. E o jornalismo

desportivo acaba mesmo por ser um escape daquilo que se passa no mundo. Por muito mau que o dia possa ser, há sempre um jogo para fazer esquecer, nem que seja por 90 minutos, os problemas do dia-a-dia. O que interessa naquele momento, no caso do futebol, é se Jonas marca o golo que dá vitória do Benfica, se Jorge Jesus consegue conquistar o campeonato com o Sporting ou se Casillas faz uma defesa impossível ao serviço do FC Porto. E, sejamos sinceros, durante aquele tempo ninguém se lembra que o desemprego aumentou ou se o IVA subiu. No fim da partida já é diferente, mas naqueles minutos o importante é a tal ‘paixão’ ligada a um clube ou a um jogador.

A explicação deste fenómeno é dada pelo jornalista Carlos Flórido, citado por Anabela Macedo (2008:36): “Além das vitórias do FC Porto, das de Carlos Lopes e Rosa Mota nos Jogos Olímpicos, que acompanhei de madrugada via televisão, ou da de Fernanda Ribeiro, que vivi emocionado em Atlanta, poucos motivos semelhantes de orgulho vou tendo neste pequeno e pobre país. (...) É isto, a escassez de motivos de orgulho, que os que não gostam de futebol, que os que não gostam de desporto, deviam compreender. Porque neste momento, além da imensa alegria que partilho com milhões de portugueses, não esqueço aqueles que não a conseguem sentir. E, entre o imenso orgulho que sinto, não deixo de ter pena deles.”³²

E as modalidades?

Mas, no meio disto tudo, onde ficam as outras modalidades? Apesar de importantes, nada vende mais que futebol e nada tem mais destaque. E, apesar de muitos portugueses se queixarem que o foco é sempre o mesmo e que os jornalistas desportivos não dão destaque às outras modalidades, nada pode contrariar o número de vendas quando equiparadas.

Recorrendo mais uma vez às palavras de Manuel Fernandes Silva, o jornalista considera que “as outras modalidades terão que criar eventos que justifiquem a presença de uma equipa de jornalistas, e em Portugal, isso não se faz muito bem”, sendo esse um dos motivos que leva a esta secundarização. Analisando o panorama português, nos três jornais desportivos nacionais, apenas as últimas páginas são guardadas para outras

³² MACEDO, Anabela Semanas (2008): O papel do jornalismo desportivo na hegemonia do futebol - Observações e reflexões de um estágio no diário desportivo O Jogo. Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho.

modalidades, comparando com o destaque que se dá ao futebol, o resto é muito reduzido. E são muitas as outras modalidades praticadas em Portugal: andebol, basquetebol, hóquei em patins, futsal, futebol de praia, natação, karaté, atletismo, voleibol, judo, desportos motorizados, ginástica, triatlo, ciclismo, xadrez, bilhar, râguebi, ténis e boxe são algumas delas.

Sem falar ainda que muitas destas modalidades têm atletas a conquistar importantes feitos nas suas competições. Ricardinho, no futsal, é o melhor jogador do mundo; Madjer, no futebol de praia, é considerado também o melhor do mundo; Telma Monteiro, no Judo, é a mais medalhada judoca da história da modalidade em Portugal; Nelson Évora foi campeão do mundo do triplo salto em 2007 e tem conquistado várias medalhas; Naide Gomes, no salto em comprimento, tem também ganho medalhas atrás de medalhas; João Sousa, no ténis, é o melhor tenista português de sempre, ocupando, atualmente, a 33.^a posição do *ranking* da ATP. Entre muitos outros atletas que merecem destaque nas nossas modalidades.

No entanto, e apesar de todos os feitos, uma aposta maior nas modalidades iria fazer que com que os meios de comunicação tivessem uma quebra nos ganhos. As audiências são sempre tidas em conta e o que estas ditam em Portugal é que os leitores-tipo preferem o futebol.

Parte 2 – Componente Prática

O caso do jornal A BOLA

Concluída a componente teórica deste relatório, com a revisão de literatura sobre o ciberjornalismo e as suas fontes de informação, impõe-se agora uma análise prática do caso da secção *online* do jornal *A BOLA*, onde realizei, durante três meses (de 1 de setembro a 30 de novembro), o meu estágio curricular.

Um pouco de história

O jornal *A BOLA* foi fundado em Lisboa, a 29 de janeiro de 1945, por Cândido de Oliveira, Ribeiro dos Reis e Vicente de Melo e teve uma grande aceitação por parte do público.

“A chegada de A Bola veio alterar o panorama da imprensa desportiva da época. Os jornais desportivos de maior dimensão eram então três: Os Sports, a revista Stadium e O Norte Desportivo. O líder do mercado era a Stadium, vendida a 15 tostões e caracterizada pela beleza das suas fotografias e por crónicas ligeiras. A primeira edição de A Bola surgiu a 29 de Janeiro de 1945 e esgotou. Custava apenas 8 tostões e apareceu com 8 páginas. Tinha como diretor Álvaro de Andrade, uma vez que nem Cândido de Oliveira, nem Ribeiro dos Reis, podiam desempenhar o cargo: o primeiro por ter sido preso político e o segundo por ser oficial do exército”³³ João Nuno Coelho e Francisco Pinheiro (2002:334)

Começou por ser editado às segundas e sextas-feiras, mas trocou depois a sexta pela quinta-feira. Um ano após o lançamento, a 25 de março de 1946, o jornal foi suspenso pelo governo salazarista devido à maneira como tratou um jogo de preparação entre a seleção portuguesa e a seleção inglesa de futebol. Os outros meios de comunicação davam a vitória de Portugal por 11-1, mas *A BOLA* optou por revelar o que realmente tinha acontecido e, numa das suas páginas, escreveu “Onze Marinheiros da Home Fleet perderam por 11-1”. A realidade é que quem tinha jogado contra a

³³ COELHO, João Nuno e PINHEIRO, Francisco (2002): *A Paixão do Povo – História do Futebol em Portugal*, Edições Afrontamento, Porto – citado por Manuel Sérgio no seu artigo *O Modelo racionalista do jornal A Bola*. Disponível em: <http://www.abola.pt/nnh/ver.aspx?id=529570>

formação lusa eram marinheiros de dois navios de guerra britânicos e não a seleção nacional inglesa. A Comissão de Censura não gostou e suspendeu o jornal até 30 de abril do mesmo ano.³⁴

Quatro anos após o lançamento, em julho de 1950, devido ao grande interesse da população pelo desporto, *A BOLA* passou a ser editada também ao sábado, passando a trissemanário. Mas foi a década de 60, “com as duas vitórias do Benfica na Taça dos Campeões Europeus, a vitória do Sporting na Taça das Taças e o terceiro lugar de Portugal no campeonato do mundo de 1966” que, segundo Vítor Serpa (2010) – atual diretor do jornal – trouxe um crescimento “súbito e muito acentuado”³⁵ à publicação.

Os feitos dos clubes portugueses e da Seleção Nacional fazem com que *A BOLA* comece a ter boas relações com o jornal francês *L'Équipe*, o espanhol *Marca* e o italiano *La Gazzetta dello Sport*, o que leva a que a publicação portuguesa seja considerada “um dos quatro grandes jornais desportivos no âmbito internacional” (Vítor Serpa, 2010). Assim, em 1989, passa a quadrissemanário, passando a sair também aos domingos.

No entanto, é em 1995 que o jornal sofre a maior ‘transformação’ passando a ser publicado diariamente. Com esta alteração, *A BOLA* deixa também para trás o grande formato e opta pelo tabloide.

Com a chegada da internet e do ciberjornalismo, o jornal passa a estar *online* em janeiro de 2000 e é a partir desta data que tem vindo a trabalhar para se destacar diariamente como o *site* de informação mais visto em Portugal.

Segundo dados do ranking Netscope, realizado pela Marktest, *A BOLA online* teve liderança absoluta, em termos de visitas e *pageviews*, em todos os 12 meses de 2015, sendo o portal informativo mais visto no país. Posição que mantém no início de 2016, já que os últimos dados recolhidos pela Marktest mostram que o jornal contabilizou, em janeiro passado, mais de 350 milhões de *pageviews* e ultrapassou a barreira de 40 milhões de visitas/mês.³⁶

³⁴ MANUEL, Sérgio (2015), O jornal “A Bola” - desporto e humanismo. Disponível em: <http://www.abola.pt/nnh/ver.aspx?id=541273>

³⁵ EXPRESSO (2010), Jornal “A Bola” comemora 65 anos. Disponível em: <http://expresso.sapo.pt/desporto/jornal-a-bola-comemora-65-anos=f560424>

³⁶ Disponível em: <http://net.marktest.pt/netscope/rankings-netscope/ranking-netscope-de-janeiro-de-2016/>

Organização e funcionamento

Apesar de o jornal ter uma redação em Lisboa e uma outra no Porto, a secção *online* de *A BOLA* é apenas parte integrante da redação lisboeta. Tudo o que se passa no *site* do jornal é controlado a partir de lá.

Assim, a secção é constituída por oito jornalistas fixos, sendo que depois há algumas rotações, sempre que necessário, com alguns jornalistas integrantes da secção de futebol nacional. Destes oito jornalistas, quatro são os que têm maior poder de decisão dentro da secção, mas sem ser propriamente editores, já que estes são os mesmos que os do futebol nacional e são apenas consultados em casos muito pontuais. Os outros quatro são jornalistas regulares da secção. Dois que estão exclusivamente a fazer a parte referente a Outros Mundos – tudo o que são notícias do mundo, país, sem ser desporto – e outros dois que fazem notícias desportivas.

Por norma, os quatro com maior poder de decisão, chamemos-lhes ‘chefes’, estão sempre agrupados em equipas de dois – equipas fixas -, falhando apenas este esquema quando um dos dois está de folga/férias, os outros vão rodando em turnos. O jornalista que entra mais cedo na secção faz parte dos Outros Mundos e tem de lá estar às 7h00 para fazer a Revista de Imprensa e atualizar o que se passou pelo mundo, sem ser desporto, durante a noite. Os outros começam a chegar a partir das 8h00. Os do turno da tarde, sem ser estagiários, entram às 16h00 e saem à 1h00 da manhã, hora em que fecha o *site*.

Os estagiários, usualmente, têm liberdade horária. Ninguém diz que é obrigado a fazer um certo número de horas nem que lá deve estar àquela hora específica, no entanto, como estávamos dois a estagiar na mesma secção, resolvemos combinar entre nós para fazermos turnos diferentes cada semana, fazendo as mesmas horas que um jornalista da secção. O turno da manhã começava às 9h00 e terminava às 18h00, o turno da noite começava às 15h00 e terminava às 00h00.

Assim, os quatro jornalistas que têm maior poder de decisão dentro da secção são as pessoas que decidem o que é ou não manchete e o que é importante estar em destaque no *site*, naqueles que são considerados os lugares de maior visualização – são as notícias de importância noventa e sessenta (normalmente todas as notícias de *A BOLA online* têm importância três quando são colocadas no ar, apenas estas se

diferenciam e são as que ficam a rodar nas galerias a meio da página e as que ficam fixas nas laterais). Não quer dizer isto que os outros jornalistas não sejam, muitas vezes, chamados a dar opinião sobre o que pode ou não ir para manchetes. Quando alguém faz uma notícia que pensa ter potencial, avisa sempre um dos outros dois jornalistas presentes que há algo novo que pode ser colocado em destaque e o próprio jornalista coloca, apenas é necessário um aviso. O mais importante, e que nem sempre é exequível, é tentar sempre rodar o máximo possível durante o dia para chamar mais a atenção dos leitores. É também de referir que, além disto tudo, apenas os ‘chefes’ têm acesso a quantos ‘cliques’ tem cada notícia, nenhum dos outros jornalistas da secção consegue ver no Backoffice (sistema utilizado para colocar as notícias *online*) a quantidade de visualizações das suas notícias, a não ser que peça a um dos ‘chefes’ – o que é muito usual.

Relativamente às manchetes do *site*, são, habitualmente, 11. Nove para desporto e duas ou uma, depende do que houver em desporto, para *Outros Mundos*. Relativamente ao que diz respeito ao desporto, o que é mais usual é colocar duas manchetes para cada um dos “três grandes” (Benfica, FC Porto e Sporting) e três de futebol internacional. O que acontece é que, muitas vezes, não há notícias suficientes dos três grandes para colocar em manchetes e usa-se mais de internacional. O que nunca pode acontecer é não haver, pelo menos, uma manchetes de cada um dos referidos clubes portugueses. Já no futebol internacional, tudo o que for relativo a José Mourinho, Cristiano Ronaldo ou Lionel Messi tem prioridade, já que são sempre notícias que têm uma grande quantidade de ‘cliques’ e que os portugueses gostam de ler. Feitos de jogadores ou treinadores portugueses em outras ligas de futebol estrangeiras também são beneficiadas – caso como Marco Silva, Leonardo Jardim, Paulo Sousa, etc.

Já as modalidades raramente encontram um espaço para ser manchetes. Apesar de se notar uma relativa importância em manter o *site* atualizado na maior parte das modalidades, nada se compara à importância do futebol, nem em termos de notícias, nem em termos de ‘cliques’. Em três meses de estágio lembro-me apenas de umas quatro vezes em que houve manchetes de outras modalidades. Recordo-me de duas de ténis, uma de futsal e uma de NBA.

A importância do *site*

O *site* d'A *BOLA* está sempre em constante atualização. Por dia, são dezenas as notícias que entram *online*. Mas qual será a importância deste para o jornal? Serão estes dois meios dependentes ou independentes?

Para Ricardo Santos Fernandes, um dos jornalistas da secção *online* que deu uma entrevista no âmbito deste trabalho, o *site* d'A *BOLA* “acaba por ser a principal ferramenta, digamos que é a casa das máquinas que faz funcionar tudo o resto”, já que é “no *site* que construímos hora a hora, quase minuto a minuto um enredo que envolve mexer com vários atores, entendam-se por modalidades, que nos obrigam a uma atenção redobrada. Ser o *site* mais visto do país, com maior número de visualizações, é fantástico mas ao mesmo tempo coloca-nos sobre uma enorme pressão, na medida em que um pequeno erro, um segundo depois já está a ser escrutinado por milhares de pessoas”. E isto é um facto. Se traz os seus benefícios estar em constante contacto com os leitores, a verdade é que um pequeno erro acaba por imediatamente ser alvo de crítica e chamada de atenção nos comentários à notícia.

Mas nem tudo corre bem no jornal e há alguns aspetos que poderiam ser melhorados. Para Rogério Ferrão, outro dos jornalistas da secção, há alguma falta de comunicação entre *site* e as restantes secções do jornal. Para o ciberjornalista, o *site* “tem de ter a sua importância, isto porque representa um órgão de comunicação de grande prestígio. Porém, a sua conexão com o jornal podia ser mais eficaz, o que algumas vezes não acontece. Em algumas ocasiões, o *site* e o jornal parecem independentes, o que no meu entender não deveria acontecer, contudo faz parte da política do jornal”.

A verdade é que há algumas situações que poderiam ser evitadas se houvesse uma maior comunicação dentro da redação. Recordo-me de uma em particular que se encaixa dentro deste exemplo dado por Rogério Ferrão. Houve um dia, em novembro, em que Bruno de Carvalho, presidente do Sporting, ia dar uma entrevista num canal de televisão e, por falta de informação ou comunicação, a secção *online* do jornal não sabia, mas a secção do Sporting sim. Ninguém avisou os jornalistas do *site* e o que aconteceu foi que fomos os últimos a colocar citações do presidente *online*, já que outros jornais desportivos estavam a acompanhar em direto nos respetivos *sites*. Apenas

quando já estava a acabar a entrevista, e um dos jornalistas da secção *online* já se encontrava a fazer um apanhado do que se tinha passado pelos outros meios de comunicação, é que um dos jornalistas da secção do Sporting apareceu no *online* para avisar da entrevista. São pequenas coisas que podem fazer a diferença.

Contudo, não são estas faltas de comunicação que fazem com que *A BOLA online* perca o estatuto de *site* informativo mais lido em Portugal. As dezenas de notícias que entram no *site* durante o dia fazem com que os leitores procurem o jornal para estarem constantemente informados. É a política da nova sociedade de informação, consumo de informação segundo a segundo.

“A liderança d’*A BOLA* é talvez explicada pela variedade de informação que se encontra no *site* e pelo grafismo que a página tem, atraindo assim milhares de pessoas. Hoje em dia, existem muitos portugueses, em especial no futebol, espalhados por vários países europeus e creio que os utilizadores do *site* procuram e dão mais atenção a notícias sobre estes vários campeonatos europeus (Espanha, Inglaterra, Itália...). A página do jornal aposta muito nesse tipo informação, conseguindo, diariamente, ter uma grande variedade de informação”, começa por explicar Rogério Ferrão. Já Ricardo Santos Fernandes vai mais além e completa esta opinião com outras componentes: “trata-se de um *site* informativo, em que além de existirem notícias sobre desporto, há um segmento de notícias da atualidade do país e do mundo (Outros Mundos), bem como notícias sobre os PALOP (e o segmento África). Por aqui começa a diferença que depois se estende a um jornalismo desportivo de referência em que todos, desde a redação do *online*, ao nacional, ao internacional, passando pela maquetagem até à *A BOLA TV* todos partilhamos. Um tratamento rigoroso e isento, uma enorme paixão pelo futebol e pelas modalidades, um gosto por querer sempre fazer mais e melhor”, termina.

Em três meses de estágio, é uma verdade que se nota, apesar de todos os contras que alguns métodos que serão analisados posteriormente trazem, uma grande preocupação em que haja sempre rigor na informação que se disponibiliza no *site*. Entre os jornalistas da secção há uma forte entreaajuda para que tudo seja feito dentro dos padrões a que os leitores do jornal se habituaram ao longo dos anos e para que não haja reclamações. No meu ponto de vista, acredito que o facto de o *site* estar constantemente a ser atualizado seja o ponto forte para justificar a liderança nos mais vistos. Muitas vezes, enquanto fazia o meu trabalho de visitar os *sites* concorrentes, o que notava é

que, por vezes, passavam-se horas sem que houvesse uma única atualização ou mexida nas principais notícias do dia – nas que aparecem em destaque. Para os leitores, e falo enquanto consumidora, isto não é uma coisa favorável e acabam por se cansar de visitar o *site* e ver sempre as mesmas coisas. É isto que distingue *A BOLA*, e aqui não falo enquanto pessoa que ‘trabalhou’ na redação, mas enquanto leitora assídua de informação desportiva. Entrar num *site* em que há sempre uma notícia nova dá outro tipo de interesse.

Análise

Fontes de informação e a procura de notícias

Sendo este um dos pontos-chave deste trabalho, é prudente começar por analisar a minha experiência neste campo, já que foi devido a ela que optei por seguir este tema de análise.

Enquanto jornalista da secção *online* d’*A BOLA* a minha rotina era sempre a mesma. Chegar, ligar o computador, começar a procurar notícias em meios de comunicação nacionais e internacionais para acrescentar no *site*. A rotina não mudava muito, sendo que o *site* dá uma grande importância a notícias de futebol internacional, os media de outros países eram sempre pontos habituais a pesquisar, principalmente os de Espanha, França e Inglaterra. *Sites* da UEFA e FIFA são muito importantes e convém estar sempre a visualizar.

Em Portugal, as pesquisas eram também sempre as mesmas. Ir aos *sites* dos três grandes, da Federação Portuguesa de Futebol, da Liga, observar o que a concorrência, principalmente *Record* e *Mais Futebol*, colocavam e ver o que já tínhamos ou não, repetindo a rotina vezes sem conta ao longo do dia. O ponto positivo? Não há um momento de descanso, porque a procura por informação é constante. Estamos em constante atualização e mesmo se a notícia não nos interessar, é sempre bom estar a par dela.

A Lusa e a Reuters são outros dois meios de informação importantes. No entanto, ao contrário de outros meios de comunicação, no *site* d’*A BOLA* não entra nenhuma notícia em que o autor seja uma destas agências noticiosas. A notícia tem de

ser sempre alterada e personalizada pelo jornalista que lhe pega. O que isto impede? Que haja no *site* d'A BOLA notícias iguais às dos outros *sites* que fazem uma cópia na íntegra da Lusa.

Uma outra grande fonte de informação do *site* d'A BOLA são as rádios nacionais – a TSF, Antena 1 e Renascença. Como são meios de comunicação que têm os seus próprios cadernos desportivos, e como muitas vezes têm conteúdos exclusivos ou informações em primeira mão, os jornalistas da secção todos os dias ouvem as respetivas rádios, principalmente os seus programas do meio-dia. É muito usual ler no *site* alguns fragmentos de entrevistas exclusivas destes meios de comunicação.

Assim, no início do dia, as primeiras notícias a entrar no *site* são aquelas que provêm do jornal. Os primeiros jornalistas a chegar à secção de manhã têm de pegar na versão papel d'A BOLA e começar a colocar no *site* as notícias que saíram no jornal. Porém também aqui há algumas regras. Nenhuma notícia pode ser copiada na íntegra e tem de haver alterações. Mais uma vez, o jornalista tem de personalizar a notícia à sua maneira. As mais importantes são os exclusivos da versão papel que, como tal, nunca vão na íntegra para o *online*, pega-se apenas nas citações mais importantes.

No que diz respeito a notícias de África, uma das secções d' A BOLA *online* que só ficou ao meu encargo durante umas horas do meu estágio, as fontes de informação são os correspondentes do jornal nos PALOP, que enviam e-mails para o jornal com as notícias que temos de corrigir, cortar e colocar *online*. Outras notícias que não sejam obtidas por este meio são pesquisadas tal como as outras, por meios de comunicação africanos.

“Desde logo as nossas fontes, aquelas que estão ligadas ao jornal, em papel, e estão sistematicamente em contato com a nossa redação. Obviamente, recolhemos informação dos principais *sites* internacionais de todo o mundo. Depois pela vasta gama de correspondentes que possuímos em todo o mundo, sobretudo nos países oficiais de língua portuguesa”, esclarece Ricardo Santos Fernandes.

Há ainda os correspondentes de cada cidade que são contactados, por norma, quando há conferências de imprensa. Aqui, o que acontece é que um jornalista da secção fica encarregue de ligar para o correspondente de cada clube – sem ser Benfica, FC Porto e Sporting – para recolher as citações do treinador. O jornalista na redação recolhe as afirmações, escreve a notícia e depois coloca *online*. As notícias dos

correspondentes são das únicas que são assinadas no *site* com o nome dos respetivos, junto com as crónicas dos jogos em direto e os trabalhos que jornalistas de outras secções vão ao terreno cobrir. Tudo o resto não é assinado, é apenas colocada a indicação: “Redação”.

“Utiliza-se muita informação dos correspondentes que acompanham os clubes portugueses. Quanto às modalidades, geralmente utiliza-se a informação disponibilizada pela agência LUSA. Finalmente, na parte internacional tenta-se pesquisar informação em vários *sites* de Espanha, França, Alemanha, Inglaterra, Itália, Brasil...etc. Especial atenção a tudo o que envolva atletas nacionais”, completa Rogério Ferrão.

Os perigos ligados ao novo modo de fazer jornalismo: O exemplo das Redes Sociais

Uma das realidades que senti durante o estágio foi que, tirando estes contactos com correspondentes, o jornalista da secção *online* não tem qualquer autonomia para pegar no telefone e contactar uma fonte. Estamos apenas cingidos ao trabalho de procurar notícias em outros meios de comunicação. Num tipo de jornalismo cada vez mais sedentário – como foi visto anteriormente – e que se fica muitas vezes pela tradução e criação de uma notícia com citações recolhidas por outras publicações. Esta ideia é confirmada pelos dois jornalistas entrevistados para este trabalho, que defendem que só em situações pontuais é que isso acontece. Rogério Ferrão acredita que “as dificuldades financeiras da indústria” são o ponto fulcral para que este novo tipo de jornalismo esteja a ganhar terreno e avisa que “nos próximos anos ainda se vai acentuar mais”.

No entanto, apesar dos benefícios financeiros que este jornalismo sentado possa trazer, há outros perigos que estão eminentes. Sem um contacto direto com fontes, por vezes, é difícil conseguir saber se as declarações atribuídas a determinado jogador ou treinador são verdadeiras. Por muito que se tente ser o mais rigoroso possível, há uma grande probabilidade de cair em erro. Houve duas situações em que este erro aconteceu na secção e a verdade é que o jornalista, sem estar no local e saber o que realmente se passou, não tem como adivinhar.

A primeira envolvia Di Maria, antigo jogador do Benfica atualmente no Paris Saint-Germain (PSG), e Cristiano Ronaldo, futebolista do Real Madrid. As duas equipas iam defrontar-se para a fase de grupos da Liga dos Campeões e havia rumores de que o clube francês estava disposto a pagar uns bons milhões de euros para levar o português para Paris em janeiro, na abertura do próximo mercado de transferências. Houve muita especulação sobre a possível saída de CR7 do clube merengue, chegou-se mesmo a noticiar que o presidente do PSG teria estado em Madrid numa reunião com Jorge Mendes, empresário de Cristiano Ronaldo, e o presidente do Real Madrid. No meio deste clima de especulação eis que surge um *post* estranho no suposto *Facebook* oficial de Di Maria. O jogador do clube parisiense teria publicado uma fotografia com Cristiano Ronaldo, com quem tinha jogado no clube da capital espanhola, com a legenda: “Em breve, meu amigo”. Tendo em conta toda a especulação que se vivia e sendo que o *Facebook* dava a conta do argentino como verificada (ou seja, como sendo a oficial do jogador), todos os meios de comunicação pegaram na mensagem enigmática para fazer notícia, mas algo estava errado. A verdade é que a conta afinal não era oficial e não passou de uma brincadeira de alguém para aumentar os rumores. Di Maria veio desmentir ter sequer conta naquela rede social e os jornais acabaram todos por dar uma notícia falsa, incluindo *A BOLA online*, que seguiu os outros já que, supostamente, a informação era correta.

A outra situação envolveu também Cristiano Ronaldo, mas desta vez o outro protagonista foi Paco Jémez, treinador do Rayo Vallecano. Após a vitória do Real Madrid, por 10-2, sobre o Rayo, o técnico teria criticado o português e dito que lhe meteu “nojo” ver Ronaldo “ir a correr buscar a bola depois de cada golo”. Desta vez as declarações teriam sido difundidas num falso tweet e os meios de comunicação social espanhola pegaram todas nelas. Como consequência, os jornais portugueses, incluindo *A BOLA online*, difundiram também as declarações que se provaram depois ser falsas. Mais uma vez, voltou-se a cair no mesmo erro, porque apesar de se confirmar em mais do que um meio de comunicação, as informações podem ser falsas.

Com todas as novas tecnologias é cada vez mais difícil saber a 100 por cento o que é uma informação verdadeira e o que é uma informação falsa. Assim, é prudente questionar como se faz a seleção das notícias. “Hoje em dia, é difícil avaliar se a notícia é verdadeira ou não. O que se tenta fazer é encontrar algo que possa interessar aos nossos leitores. Dessa forma, mesmo desconfiando se a notícia é verdadeira ou não,

procuramos sempre citar a fonte. O critério depende de cada um. Obviamente que uma notícia sobre Ronaldo, Messi, Mourinho ou Guardiola poderá interessar a muita gente, no entanto, uma notícia sobre alguém menos popular também poderá despertar atenção em termos de ‘cliques’. Tudo irá depender do tipo de leitor que irá consultar o nosso *site*”, começa por explicar Rogério Ferrão, falando depois como é que os jornalistas *d’A BOLA online* se tentam proteger dos perigos eminentes a este novo método de procura de informação: “Procuramo-nos defender ao citar a fonte. Ainda assim, o leitor, por vezes, não tem isso em atenção por estar a ler a informação no *site A BOLA*. Por exemplo, um jornal escocês reproduziu declarações de um jogador do Sporting (Carlos Mané). A redação do *online* fez uma notícia sobre essa entrevista. Porém, horas mais tarde o jogador referiu na sua rede social que não tinha dado a entrevista ao meio de comunicação britânico...Mas o mal já estava feito”, termina.

As raras saídas da redação e o modo como são feitos os diretos dos jogos

Outro ponto que acho prudente avaliar neste capítulo é que são raras, senão mesmo inexistentes, as vezes que um jornalista da secção *online* d’A BOLA sai da redação. Durante o meu estágio isto não aconteceu uma única vez. Passaram-se três meses sem uma saída da redação para contactar diretamente com fontes. Numa conversa sobre este tópico com um dos ‘chefes’ da secção durante o meu estágio, ele chegou-me mesmo a afirmar que esse era um dos pontos que sentia mais falta no seu trabalho diário.

“Nunca o jornalista da secção *online* abandona a redação e raríssimas vezes entra em contacto com as fontes. A função primordial é pesquisar notícias em *sites* internacionais. Quando existe informação exclusiva, é o jornalista da redação do jornal que vem transmitir a informação à secção do *online*”, conta Rogério Ferrão na entrevista realizada, referindo-se especificamente aos jornalistas que fazem a parte de desporto do *site*. Já Ricardo Santos Fernandes, que muitas vezes está destacado para fazer a Outros Mundos (OM) para *A BOLA online*, afirma que, apesar do seu trabalho ser “essencialmente redação”, já teve oportunidade de “sair algumas vezes em reportagem”, mas “sempre para a secção OM”.

Outro dos exemplos para este jornalismo sentado com cada vez menos acesso a fontes de informação são os diretos dos jogos, e as crónicas de jogo, que são habituais em jornalismo desportivo.

Esta foi uma das coisas que mais me fez confusão quando entrei para esta área. Como leitora pensava que o jornalista que faz o direto do jogo e a crónica devia acompanhar o jogo passo a passo, mas a verdade é que não é isso que acontece, principalmente quando se trata de jogos internacionais. Quando o jogo diz respeito a um dos três grandes a história é diferente, porque aí o jornalista vê, revê e analisa muitas partes do jogo, mas nem sempre é assim.

N'A *BOLA* cada direto é atribuído no dia antes a um jornalista. Sem ser em semanas de Liga dos Campeões e Liga Europa, cada jornalista fica encarregue de um direto. Nestas semanas específicas os jornalistas, por vezes, podem ter dois ou três diretos simultâneos para fazer. Foi o que me aconteceu no dia 3 de novembro. Era dia de jogos da fase de grupos da Liga dos Campeões e, como tal, era dia de trabalho redobrado na secção – como há em todos os dias de jogos deste tipo de competições. Com uma grande afluência de jogos (quatro dos oito grupos iam jogar nesse dia) e já que a redação fazia os encontros em direto de todas as partidas que iriam ocorrer para a competição, todos os jornalistas a trabalhar nesse dia tiveram de ficar com dois ou mais jogos cada um a seu cargo. A mim calhou-me os espanhóis do Sevilla contra os ingleses do Manchester City (acabou com a derrota da equipa de Espanha por 3-1) e os alemães do Borussia M'gladbach contra os italianos da Juventus (terminou em empate), ambos do Grupo D da Liga dos Campeões. Já tinha feito diretos antes deste dia, mas sempre um jogo apenas. E o que é que acontece nestes casos? Na secção só há três televisões: uma que está sempre n' A Bola TV e duas que, nestas alturas, passam os jogos das equipas portuguesas ou, caso não haja, os mais importantes – normalmente a opção é por partidas em que estão jogadores ou treinadores portugueses ou as melhores equipas (caso do Real Madrid, Barcelona, Chelsea, PSG).

Tendo isto em conta, o que acontece nestas situações é que o jornalista que está a fazer os diretos não pode ver o respetivo jogo e tem de se auxiliar de outros *sites* para fazer o seu trabalho. Neste caso específico, auxiliámo-nos do *site* da UEFA que faz a cobertura de todos os encontros da competição. Também se evita sempre entrar em grandes pormenores dos jogos e apenas se coloca as coisas mais básicas – golos, substituições e cartões. Outra coisa que também se costuma colocar neste tipo de diretos

são algumas curiosidades dos confrontos entre as duas equipas ou das suas campanhas na competição em questão.

Além deste tipo de diretos há ainda mais duas formas de os fazer. A primeira é aquela em que efetivamente o jornalista vê o jogo, pela televisão – nunca saindo da redação – e acompanha lance a lance tudo o que se passa. É a forma mais correta de se fazer, já que aqui o jornalista depende apenas de si e da sua análise do jogo para colocar *online* aquilo que pensa ser o mais importante para o leitor saber. Tive a oportunidade de fazer este género de diretos com jogos de equipas ‘pequenas’, como se costuma dizer, da Liga Portuguesa. Por último, há o direto em que, por norma, o jogo não passa nas televisões e o correspondente se desloca ao estádio e está em constante contacto com a redação. Assim, sempre que há um lance importante, cartões, golos ou substituições o jornalista que se encontra a ver o jogo ao vivo liga para a redação e dá os dados a inserir. Algo que também é utilizado neste tipo de serviço é ouvir o relato nas rádios para ter também outra base de suporte (que é mais rápida que um telefonema do correspondente).

Por fim, os jogos do Benfica, Porto e Sporting são sempre delegados a um jornalista que pode ou não ser da secção *online* do jornal. A maior parte das vezes é um jornalista da própria secção do clube, ou da secção do Futebol Nacional, que fica encarregue de acompanhar as partidas dos três grandes, principalmente quando se trata do campeonato nacional. São jogos que requerem uma maior preocupação e acompanhamento por parte de quem o faz, já que é sempre seguido por muitas pessoas e são, particularmente, mais importantes para o jornal.

Benefícios vs Malefícios

Depois de explicar o trabalho realizado na secção, que não passou desta rotina diária exposta anteriormente – mas que me fez aprender tanto –, é visível que o que se passa na secção *online* d’ *A BOLA* vai de encontro com o problema relativo ao jornalismo sedentário tratado na parte teórica deste trabalho.

A verdade é que a internet trouxe vários pontos positivos ao trabalho do jornalista, mas, como tive a oportunidade de testemunhar, trouxe também muitos

perigos – como é de conhecimento geral. No entanto, ambos os jornalistas entrevistados para este trabalho têm a mesma opinião sobre este meio.

Para Ricardo Santos Fernandes, “A internet veio, acima de tudo, permitir que um maior número de pessoas tenha acesso à informação. Muitas pessoas que não compram um jornal, ouvem um noticiário na rádio ou têm oportunidade de ver um telejornal. A internet mantém as pessoas atualizadas daquilo que elas querem saber (procuram sites das especialidades de que gostam) e através das redes sociais, que acabam simultaneamente por ser meios de divulgação de notícias. Permite que a notícia chegue mais rápido ao leitor, mas se a distorce? Penso que não. Acho que as notícias são mais discutidas. Há um maior debate em redes sociais e fóruns daquilo que sabe, daquilo que é feito. E a internet permite que um trabalho jornalístico, realizado numa redação de um jornal tenha uma divulgação ainda maior. Pensemos num exemplo que uma notícia é publicada num jornal que vende 10 mil exemplares por dias, provavelmente, a mesma notícia sendo publicada na internet é lida por 100 mil pessoas e partilhada outras tantas quantidades de vezes em redes sociais. Acredito que, somando os prós e os contras, trouxe maiores vantagens ao planeta jornalístico”.

Uma opinião que é partilhada por Rogério Ferrão, que acredita que, relativamente ao trabalho do jornalista, “a internet ajuda mais do que distorce. Se não existisse internet, seria bastante difícil reproduzir informação sobre os atletas nacionais que se encontram além-fronteiras, inclusivamente em tempo real. Obviamente, existem situações em que poderá distorcer as informações, no entanto acho que o balanço entre os prós e contras é positivo”.

No entanto, apesar de ambos concordarem que a internet veio ajudar mais o jornalista que o contrário, a verdade é que a história é diferente quando se trata dos perigos da diminuição do contacto com fontes. Apesar de Rogério Ferrão acreditar que “falar com fontes acrescenta valor às notícias” e “poderá agradar aos leitores”, defende que o facto do jornalista da secção *online* não assinar peças ajuda a que isto não prejudique o trabalho do mesmo. Porém, Ricardo Santos Fernandes tem outra ideia. Para este jornalista, “não ter fontes, não ter forma de confirmar notícias que são veiculadas em outros órgãos torna difícil o trabalho realizado por qualquer jornalista. Sem fontes, o jornalista não tem contactos, não tem acesso a informação, que muitas das vezes é fulcral para escrever uma notícia e para a escrever em primeira mão”, completa.

Com o trabalho das secções *online* dos jornais cada vez mais feito dentro das redações o que pude perceber durante estes três meses de estágio (não que já não tenha percebido antes) é que todos os *sites* dos jornais desportivos seguem as mesmas notícias e os mesmos tópicos, ou seja, vão atrás das notícias publicadas pela concorrência – algo que foi de encontro com o defendido pelos autores do livro *Os elementos do Jornalismo*. Apesar de a internet ser uma fonte interminável de informação, as notícias acabam por ser uma outra versão da mesma informação, sem nada mais a acrescentar. O que interessa são os ‘cliques’ e o menor gasto de recursos possíveis, nada mais. Uma maior quantidade de ‘cliques’ traz um maior benefício à empresa, mas deixa-se para segundo plano o rigor e a criatividade jornalística – porque esta também é necessária. Esta é uma opinião que é também partilhada tanto por Rogério Ferrão como por Ricardo Santos Fernandes. Este último vai mesmo mais além e fala de um problema vivido na sociedade portuguesa. “Os jornais obedecem a plataformas muito rígidas, estão a virar-se cada vez mais para os números. Querem vender mais, publicando cada vez com menos rigor. Penso que aquilo que se passa com jornais acontece igualmente com as televisões, em que vemos quase a mesma grelha de programas nos três canais generalistas, e nos respetivos canais de informação vemos exatamente as mesmas notícias. Temos em Portugal um grave problema: uma sociedade estagnada, em que poucos são aqueles que se atrevem a mudar”, termina.

[Análise mais pormenorizada do trabalho realizado o estágio](#)

Nesta última parte, achei prudente fazer uma análise mais pormenorizada do trabalho que realizei na secção *online* do jornal *A BOLA* durante os três meses de estágio. Assim, depois de contar e documentar todas as notícias que fiz, resolvi fazer um breve apanhado das conclusões que tirei.

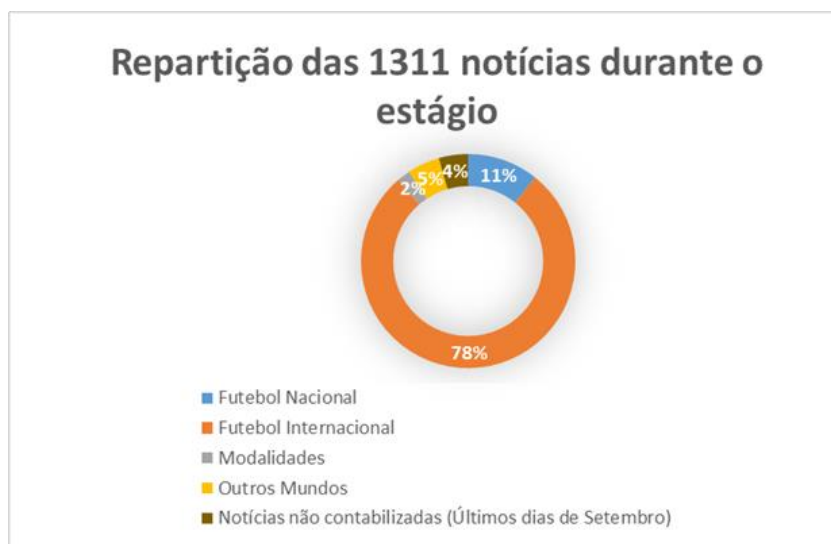
Como é normal, depois de já nos termos acostumado ao ambiente e no método de trabalho da secção torna-se mais fácil entender e pesquisar o que são ou não potenciais notícias para o *site*. Ao fim de uns dias a trabalhar com os jornalistas da ‘casa’ já nos apercebemos quais são os temas que trazem mais ‘cliques’ e mais interesse por parte dos leitores e já não precisamos de estar constantemente a perguntar se a notícia interessa ou não, simplesmente a fazemos. E, verdade seja dita, n’*A BOLA* há

uma grande liberdade de escolha das notícias. Tirando um ou outro tema mais delicado, não há grandes restrições.

Assim, durante o meu período de estágio fiz um total de 1311 notícias para o *site* do jornal. O habitual era fazer cerca de 20 notícias por dia, tirando os dias em que fazia diretos, estes são mais complicados já que durante os minutos de jogo é sempre difícil fazer a mesma quantidade de notícias que se faz quando se está sem este trabalho – requer sempre atenção. Confesso que fiquei bastante contente com este número, apesar de nunca ter tido a oportunidade de sair da redação.

Para esta pequena análise resolvi colocar por categorias todas as notícias que fiz e confirmar quais são os temas que mais se podem encontrar n’ *A BOLA online*, já que por norma todos os jornalistas seguem a mesma rotina de trabalho. Como seria complicado analisar as notícias todas que entraram no *site* durante os três meses de estágio, já que pode chegar às 100 (ou mais) diárias, resolvi apenas focar-me no meu trabalho, já que vai de encontro com aquilo que é pedido e seguido por toda a secção.

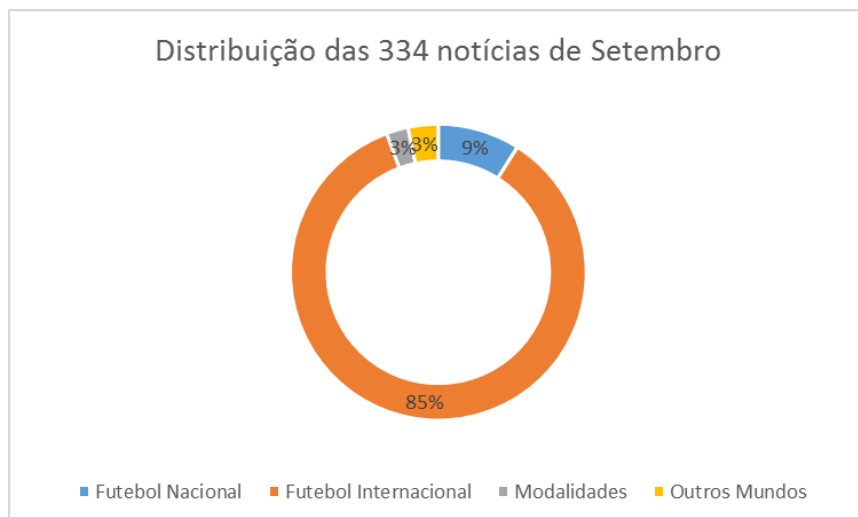
Escolhi então dividir as notícias em quatro categorias mais gerais e, seguidamente, agrupá-las noutras mais específicas. Assim, para começar dividi as notícias pelos primeiros quatro grupos: Futebol Nacional; Futebol Internacional; Modalidades e Outros Mundos – basicamente, as quatro categorias mais genéricas do *site*. Após esta divisão optei por analisar o seguinte: no caso do Futebol Nacional, quantas notícias foram referentes dos três grandes e quantas aos outros clubes, bem como as que eram referentes aos vários escalões da nossa Seleção Nacional; no caso do Futebol Internacional, o objetivo foi ver quais eram as Ligas internacionais mais noticiadas e que outras foram alvo de notícias ao longo dos três meses; nas Modalidades são divididas pelos respetivos desportos praticados; por último, nos Outros Mundos é apenas feita uma referência a quantas notícias foram feitas para esta secção do *site*, já que foram poucas as vezes que fui colocada a fazer esta categoria. Dentro de alguns dos principais grupos está também incluída um outro denominado de “Sem qualificação”, neste grupo foram colocadas notícias que, sendo mais gerais, não se encaixavam em nenhuma das outras e não se justificava fazer uma própria. São os casos de notícias, por exemplo, dos grupos da Liga dos Campeões e Liga Europa, referentes à FIFA e UEFA, Árbitros, Liga Portuguesa, entre outras.



Tendo isto em conta, no mês de setembro fiz um total de 392 notícias, no entanto, para esta análise foram apenas utilizadas 334 – as notícias dos últimos dias do mês (28, 29 e 30, respetivamente) não foram usadas devido à falta de acesso ao material. Assim, apesar de ter um registo diário das mesmas, para não cair em erro, preferi excluí-las desta análise, já que penso que em nada irá alterar o resultado obtido. Assim, para este estudo vão ser apenas usadas 1253 notícias, já que as 58 referentes a estes dias não estão incluídas.

Deste número de notícias feitas no mês de setembro, apenas 9 por cento são referentes ao Futebol Nacional. Como visto anteriormente, a maior parte das notícias de futebol nacional são colocadas logo de manhã a partir da versão papel (um trabalho que nunca fiquei encarregue), principalmente aquelas que não são referentes aos três grandes. Por norma, durante o dia há sempre algumas, não muitas, notícias do Benfica, FC Porto e Sporting para atualizar o *site*, no entanto, para os clubes mais ‘pequenos’, tirando dias de antevisão de jogos, é raro haver algo a acrescentar. Esta é uma das explicações para uma percentagem mais baixa deste género de notícias durante os meses em análise, apesar de haver um ligeiro aumento, como vamos ver de seguida.

Uma boa demonstração daquilo que acabei de explicar é a percentagem referente aos três grandes e a outros clubes nacionais (mês de setembro). A verdade é que das notícias feitas de Futebol Nacional durante este mês, 65 por cento foram referentes a Benfica, FC Porto ou Sporting e apenas 35 por cento a outros clubes. Se repararmos a percentagem é muito baixa, já que três clubes conseguem ter mais notícias que os outros clubes todos da Primeira Liga e estamos a falar de um total de 15 equipas. Porém, este facto não é estranho, já que conseguem movimentar um grande número de adeptos, o que faz com que sejam das notícias mais vistas do *site*.



Já em outubro, mês em que contabilizei 449 notícias, a percentagem referente ao Futebol Nacional aumentou um pouco, para os 11 por cento. No entanto, o desfasamento entre os três grandes e dos outros clubes também aumentou, estabelecendo-se numa percentagem de 78% contra 22%. Aqui deve-se especialmente ao aumento de notícias sobre o Sporting Clube de Portugal, que aumentou de uma para 12. Porém, houve um pequeno incremento na variedade sobre outros clubes, passando de 4 clubes, em setembro, para 5.

Por último, em novembro houve, mais uma vez, um aumento referente a notícias de Futebol Nacional – sendo que este foi o mês em que fiz mais notícias, um total de 470 – fixando-se nos 13%. A diferença entre o tratamento de informação de Benfica, FC Porto e Sporting e os restantes clubes mantém-se (81% para 19%), sendo que, neste caso, foi o aumento de notícias das águias, relativamente aos meses anteriores, que ajudou no distanciamento (registei um total de 18 sobre os encarnados) e nem o aumento de notícias sobre outros clubes ajudou – este mês houve, novamente, uma maior variedade nestes últimos, passando de 5 para a 7 equipas com notícias. Assim, os números confirmam aquilo que já é de conhecimento geral, já que toda a gente que se interesse por futebol, mesmo quem não se importa se apercebe, sabe que os três grandes têm um tratamento mais alargado nos meios de comunicação que as outras equipas da Liga Portuguesa. Apesar de apenas contabilizar o meu trabalho na secção, este é transversal a todos os outros jornalistas com quem trabalhei.

Portanto, passemos para o Futebol Internacional. As ligas internacionais despertam grande interesse por parte dos leitores portugueses, principalmente as mais vistas do mundo, como é o caso da Liga Espanhola, da Inglesa, da Italiana, da Francesa e da Alemã. É aqui que estão os ídolos de muita gente e os grandes figurantes da

modalidade, sendo assim ocupa uma grande parte do *site* de *A BOLA*, como Rogério Ferrão referiu anteriormente. Começamos então a ver os números...

Relativamente a setembro, escrevi 259 notícias de futebol internacional, o que corresponde a 85% do número total, ou seja, uma grande fatia. Estes elevados números vão-se repetir durante os seguintes meses de estágio, como já vamos ver, mas dá para ter uma noção do peso destas ligas no *site*. Assim, para ser um pouco mais específica, decidi ver também a percentagem de notícias correspondentes a cada uma das Ligas mais importantes do futebol internacional e das outras consideradas ‘secundárias’.

A Liga Espanhola é aquela que tem um maior número de notícias, com 33%, algo que considero normal visto que é uma das melhores do mundo, junto com a inglesa. Além disto, é o país mais próximo de Portugal e é onde se encontram muitos portugueses, especialmente Cristiano Ronaldo, que movimenta um grande número de fãs. A juntar a este facto é aqui também que jogam os candidatos a melhores jogadores do mundo: junto com Ronaldo, está Messi e Neymar – os três nomeados para a Bola de Ouro de 2015. Só estes três jogadores fazem com que seja um dos campeonatos mais vistos a nível internacional, já que o Real Madrid e o Barcelona movimentam milhares de adeptos em todo o mundo. De referir também que a tripla de ataque dos *blaugranas* (apelido dado ao Barcelona) – Messi, Neymar e Luis Suárez – esta época 2015/16 tem sido alvo de grande destaque a nível mundial. Assim, por tudo isto, é normal que seja a Liga mais noticiada no *site* d’*A BOLA* – novamente, apesar de as percentagem serem referentes apenas ao meu trabalho é algo que é transversal à secção.

Seguidamente, e também sem grandes surpresas, vem a Liga Inglesa, com 22% das notícias. Como expliquei anteriormente, este é um dos campeonatos que mais visualização tem a nível internacional e, sendo assim, é normal também que esteja entre os mais noticiados. Além disto, tal como em Espanha, há muitos portugueses a atuar na Liga Inglesa, um grande destaque para, na altura do estágio, o treinador José Mourinho – foi despedido em dezembro de 2015. O *special one* é uma das personalidades do futebol mais conhecidas em todo o mundo e todas as notícias que o envolvam têm uma grande quantidade de ‘cliques’, porque todo o adepto de futebol gosta de saber o que se passa com um dos melhores treinadores do mundo, especialmente com um que surpreende sempre com as suas declarações. Ora, no início da época, o Chelsea de Mourinho obteve uma série de maus resultados – que levaram o português a ser demitido –, algo que nunca se tinha visto na carreira do técnico e, por isso, este facto

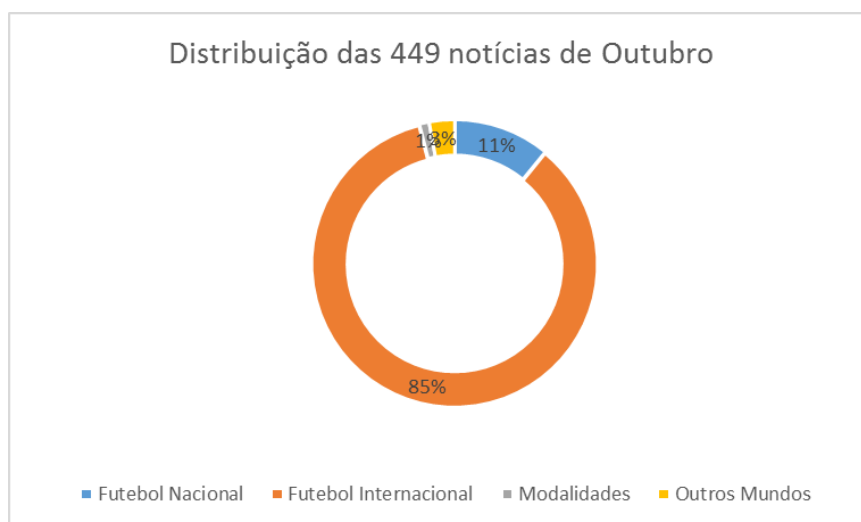
contribuiu também para um grande número de notícias do campeonato Inglês, não só no *site d'A Bola* como em toda a comunicação social portuguesa. Além disto, esta liga tem também uma série de grandes futebolistas e treinadores de que todos os adeptos de futebol gostam de saber.

Chegamos assim às outras três ligas que mais interesse despertam em Portugal. O campeonato italiano, francês e alemão, apesar de não chegar perto do número de notícias dos dois anteriormente vistos, destacam-se dos outros com menos visibilidade. Assim, no mês de setembro, a Liga Italiana é a terceira com mais notícias, com 9%, seguindo-se pela francesa, com 7% e pela alemã, com 5%. Aqui há algumas personalidades que ajudam a um maior número de notícias no *site*. É o caso do português Paulo Sousa, treinador da Fiorentina, em Itália, e, por exemplo, de Mario Balotelli, jogador muito conhecido entre os adeptos pelas suas atitudes mais rebeldes – que o foram afastando de uma melhor carreira futebolística. Já em França temos vários portugueses, como por exemplo: Leonardo Jardim, treinador do Monaco; Fábio Coentrão, Bernardo Silva, Ivan Cavaleiro, Hélder Costa, todos jogadores do Monaco, entre outros. Além disso, o sueco Zlatan Ibrahimovic, atleta do Paris Saint-Germain (PSG), é outra das grandes personalidades do futebol que chama a atenção. Temos também os casos de vários jogadores que já passaram por Portugal e que deixaram um grande carinho nos adeptos portugueses, como é o caso de David Luiz e Di Maria, ambos jogadores do PSG que representaram o Benfica. A Alemanha justifica a grande quantidade de notícias principalmente por causa de dois clubes – o Bayern Munique e o Borussia Dortmund –, de um treinador – Pep Guardiola –, e de alguns jogadores destas duas equipas, como Robert Lewandowski, Pierre-Emerick Aubameyang, Marco Reus, Manuel Neuer, Thomas Muller, etc. – já que muitos deles venceram o Mundial -2014, no Brasil, com a seleção alemã. De referir só que nas notícias destes países entram também algumas referentes às seleções de cada um, já que durante estes meses houve jogos de qualificação para o Euro-2016, bem como alguns jogos particulares, que requereram também atenção – no entanto, nada de tão abundante que necessitasse de uma categoria separada.

Assim, chegámos ao espaço reservado para outras ligas/países, como é o caso da Liga Turca, da Liga Ucraniana, da Liga Grega. Aqui surgem notícias também de alguns países devidos aos jogos das suas seleções para o Campeonato Europeu de 2016, em França, ou, no caso dos países sul-americanos (caso do Brasil, Argentina, etc.), para o

apuramento para o Campeonato do Mundo de 2018. Tendo isto em conta, no mês em análise, as notícias sobre estas outras ligas/países tiveram uma percentagem de 18%. Sendo que, no meio dos 27 países que foram alvo de notícia no *site* d'A BOLA no mês de setembro – como pode ser confirmado nos anexos – o Brasil, a Argentina e o Chile foram aqueles com uma maior quantidade, respetivamente com 9, 6 e 5 notícias. Estes resultados são, no entanto, esperados já que o Brasil tem uma grande ligação com Portugal e a Argentina tem na sua seleção alguns dos melhores jogadores do mundo – neste momento tem mesmo o melhor: Lionel Messi, já que o argentino venceu a Bola de Ouro em janeiro, ultrapassando Cristiano Ronaldo e Neymar. Já o Chile justifica-se pela polémica com o jogador Arturo Vidal, do Bayern Munique, que abandonou a concentração da seleção chilena em setembro por supostos “motivos pessoais”, algo que levantou algumas dúvidas nos adeptos.

Analisando agora os números de outubro, em que o número de notícias ligado ao Futebol Internacional foi de 382 – o que equivale a 85% do total do mês, não há alterações quanto às ligas/países que têm mais espaço no *site*. *Nuestros hermanos* continuaram na liderança, com 29% das notícias e Inglaterra na segunda posição, com 27%. No entanto, houve um aumento no que diz respeito à Liga inglesa.



Relativamente a França, Itália e Alemanha, destaque para o campeonato alemão que passou a ser o terceiro mais noticiado com 9%. Os outros dois ficaram-se pelos 7% cada um, caindo assim o número de notícias sobre o campeonato italiano.

Já os outros países noticiados neste mês ficaram-se pelo registo dos 13%. Dos 21 países que foram alvo de notícias, o Brasil, com 19, e a Argentina, com 6, mantiveram-

se na liderança. Algo que continua a ser normal tendo em conta o explicado anteriormente.

Por fim, analisemos os números de novembro. Neste último mês de estágio não houve grandes alterações, apesar da percentagem relativa a notícias de Futebol Internacional ter baixado para os 76% (correspondente a 355 notícias). Espanha manteve a liderança, com 30%, e Inglaterra o segundo lugar com 24%, nada que já não fosse de esperar.

Nas três ligas restantes de maior visibilidade, houve um equilibrar de contas. Tanto França, como Itália e Alemanha registaram uma percentagem de 10% de notícias. De recordar que este foi o mês dos atentados em Paris (13 de novembro) e que esse foi um dos motivos que levou a que houvesse mais notícias de França, mas não só aqui... sendo este um tema que teve impacto em todo o mundo, também os outros países ‘beneficiaram’ do destaque do assunto.

Os 10% alargaram-se também para os restantes 16 países noticiados, sendo que, apesar de uma quebra, o Brasil dividiu o primeiro lugar com a Bélgica, ambos com 5 notícias. Já a Argentina caiu para terceiro com 4. De referir apenas que a Bélgica ganhou destaque neste mês exatamente devido aos atentados, já que foi um dos países que esteve em alerta máximo depois destes e que viu inclusive o jogo particular entre a seleção belga e espanhola adiado por motivos de segurança.

Depois desta análise, é prudente colocar a opinião de Rogério Ferrão sobre o motivo pelo qual o *site* ter uma aposta tão grande no futebol internacional. O jornalista explica o fenómeno e sublinha ser “imprescindível” ter este tipo de informação nos *sites* desportivos portugueses, já que as notícias “atraem milhares de leitores”.

“A *BOLA online* tenta aproveitar ao máximo o futebol internacional porque todos os leitores são fãs acérrimos de Ligas como a inglesa, espanhola, italiana ou alemã. Além de mais, alguns dos nossos melhores jogadores portugueses, ou até mesmo treinadores, estão presentes nessas provas, o que gera desde logo um grande entusiasmo. Temos de ter a noção que vivemos numa época onde temos o prazer de observar futebolistas fantásticos como Ronaldo ou Messi. Logo, cada recorde que um dos jogadores consiga bater, quer na Liga espanhola ou Liga dos Campeões, é uma das coisas que chama muito a atenção aos nossos leitores. Qualquer que seja a notícia sobre Lionel Messi ou Ronaldo tem grande repercussão de cliques e também de comentários.

Para se ter uma ideia, por vezes noticiamos algo que Cristiano Ronaldo coloca nas redes sociais...No *site* fazemos, muitas vezes, fotonotícia com as publicações do internacional português e o resultado é inacreditável. Uma simples frase do craque português chama a atenção de milhares de pessoas. Nos comentários, surgem muitas pessoas a criticar a iniciativa de Ronaldo e também do site, mas a verdade é que este tipo de (foto)notícia é a que obtém o maior número de cliques. O facto é que vivemos numa era onde a globalização cresceu exponencialmente, por isso os jornais portugueses decidiram, e bem, optar por abraçar esse fenómeno”, termina.

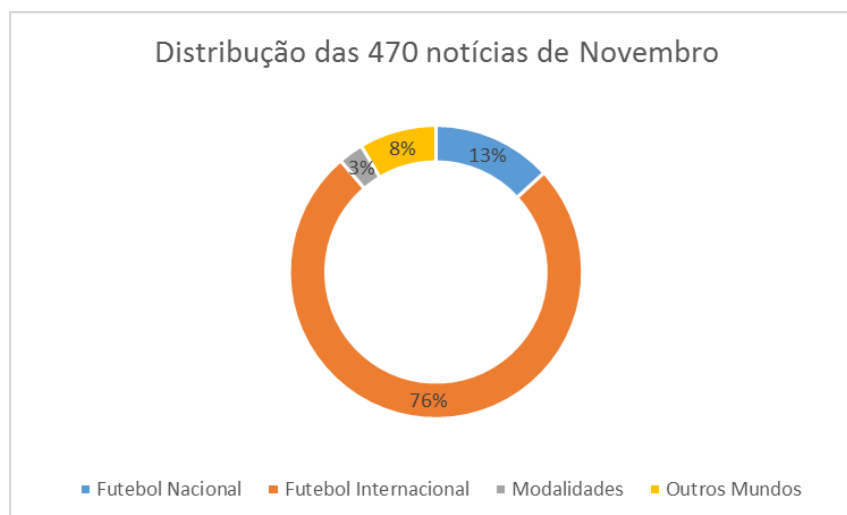
Para terminar a análise sobre esta categoria, falta apenas sublinhar que a percentagem em falta de cada mês analisado se refere àquelas notícias classificadas como ‘sem qualificação’ – normalmente são notícias da FIFA, UEFA, Michel Platini, Joseph Blatter, tudo o que não dê para ser muito específico. Tendo isto em conta, em setembro, esta percentagem corresponde a 6%, em outubro, a 8% e, em novembro, a 6%.

Chegamos assim às modalidades. Não é nada de novo que este género não tem uma cobertura tão elevada nos *sites* desportivos como tem o futebol e n’A *BOLA online* não é diferente. Apesar de se tentar sempre colocar algumas notícias de outras modalidades ao longo do dia, a verdade é que a quantidade é muito inferior.

No mês de setembro, apenas 3% das 334 notícias eram correspondentes a outras modalidades. No total foram 8 notícias, sendo que o ténis foi o que dominou com 6, seguido do Hóquei em patins e do futsal, ambos com 1. O que é usual é ir colocando os jogos mais importantes das modalidades com maior destaque – é o caso das três referidas anteriormente, do basquetebol (principalmente NBA), andebol, atletismo, voleibol, judo, etc. Por norma, o ténis é o desporto com uma maior cobertura.

Não muito diferente do mês de setembro, outubro teve apenas 1% de notícias de outras modalidades (5 em 449). Mais uma vez o ténis a ser o mais noticiado, com 4 notícias, e o futsal, com uma. Nada de muito surpreendente, já que é costume fazer-se notícias dos principais jogadores de ténis - como Novak Djokovic, Roger Federer, Andy Murray, Stan Wawrinka, Serena Williams, Angelique Kerber, Maria Sharapova, Petra Kvitová, etc.. – bem como dos tenistas portugueses – João Sousa, Gastão Elias, Michelle Brito, Frederico Gil, etc.. No futsal, Ricardinho, o melhor jogador do mundo da modalidade, é outro dos desportistas muito seguido no *site* d’A *Bola*.

Por último, no mês de novembro, a percentagem fixou-se nos 3%, com 13 notícias. Novamente, o ténis na liderança, com 8 notícias, o futsal e o atletismo de seguida, com 2 cada um e, para acabar, o basquetebol, com uma. Claro que todos os jornalistas tentam colocar, pelo menos, uma notícia de outras modalidades (que interesse aos leitores) por dia, mas nem sempre é comum todos o conseguirem, ficando assim com uma percentagem muito menor.



Assim, o jornalista Ricardo Santos Fernandes, que concorda com a secundarização das outras modalidades, explica o motivo pelo qual o futebol tem uma importância muito maior do que os outros desportos, que ficam um pouco ‘esquecidos’ no panorama desportivo português, destacando o acompanhamento do ténis – lá está o motivo do maior número de notícias – n’*A BOLA online*: “Infelizmente é quase uma verdade fatual e incontestável. Pela força que o futebol tem e que se traduz de várias formas: pelos milhões de pessoas que movimenta – em Portugal há mais apaixonados por futebol, do que todas as outras modalidades juntas e isso é um fato; pelo dinheiro que gera; pelos interesses que gera; pela paixão que suscita. Afinal, é quase crónico o bate-boca no café sobre quem vai ser o futuro campeão... E é muitas vezes tema de café porque é aquilo que apaixona, e é aquilo que os portugueses querem: falar de futebol, falar de golos, falar sobre o clube que gostam. Agora, claro, que as outras modalidades também existem e são igualmente acompanhadas. Por exemplo, e para não estar aqui a referir tantas outras, o ténis tem um acompanhamento extensivo no nosso *site* com os circuitos a serem acompanhados a par e passo e os tenistas portugueses a terem particular destaque.”

Chegando quase ao fim desta análise, há apenas a referir que a percentagem que falta de notícias em todos os meses corresponde àquelas referentes a Outros Mundos. Muito raras as vezes fiquei a fazer notícias sem ser de desporto para o *site*, mas mesmo assim vale a pena contabilizar.

Em setembro, estas notícias corresponderam aos 3% que faltam, percentagem igual à do mês de outubro. O motivo de serem tão poucas prende-se ao facto de, por norma, só ficar encarregue de fazer notícias para esta secção d'A *BOLA online* quando a mudança de turnos dos jornalistas destacados para este serviço não coincidia e, algumas vezes, haver um período de uma hora em que não havia ninguém para escrever estas notícias. Assim, como é uma secção que também está em constante atualização, pertencia a um outro jornalista da redação fazer isso.

Já no mês de novembro a percentagem foi maior, equivalente a 8% das notícias totais. Este aumento é explicado por três motivos: além de fazer o que expliquei anteriormente, houve um dia em que me foi pedido para fazer a secção África por uma hora, já que não estava ninguém encarregue disso; por último, e o que contribuiu mais para este incremento foi o facto de, a 17 de novembro, me terem encarregue de fechar (ou seja, de ficar até ao fecho do *site*) a secção de Outros Mundos. O que isto significa é que fiquei todo o meu turno – das 16h às 01h – como única jornalista encarregue destas notícias – era eu que decidia tudo o que entrava no *site* e tudo o que ia para manchete.

Contas fechadas, vamos apenas olhar para números gerais. Nos três meses de estágio, e contabilizando apenas 1253 notícias, 11% das notícias que fiz corresponderam a Futebol Nacional, 82% a Futebol Internacional, 2% a Modalidades e 5% a Outros Mundos.

Pequena curiosidade

Como referido várias vezes ao longo do trabalho, e confirmado pelos jornalistas entrevistados, dentro do futebol – visto ser este que domina o panorama desportivo português – há algumas personalidades que geram um grande interesse nos adeptos desportivos e, consequentemente, um grande número de ‘cliques’ para o *site* d'A *BOLA*. Assim, achei apenas curioso ver quantas notícias fiz referentes a estes

protagonistas, já que todos os dias há notícias sobre eles no mundo e, consequentemente, no *site*.

Resolvi contabilizar, tirando os tais três dias de setembro, tudo o que fiz sobre Cristiano Ronaldo, Messi e Neymar – decidi incluir o jogador brasileiro devido à sua nomeação para a corrida à Bola de Ouro com os outros dois futebolistas (prêmio ganho em janeiro por Lionel Messi) – e sobre o treinador José Mourinho. Portanto, para não haver confusões, decidi contabilizar as notícias que falam de cada um das personalidades e, separadamente, aquelas que falam de mais que uma delas ao mesmo tempo, por exemplo: Ronaldo + Messi + Neymar; Ronaldo + Messi; Messi + Neymar; Ronaldo + Neymar e Ronaldo + Mourinho (não era pertinente fazer do treinador português com os outros dois jogadores porque não houve uma única vez que acontecesse).

Explicado isto, vamos aos resultados. Durante os três meses de estágio fiz um total de 64 notícias sobre Cristiano Ronaldo, o que equivale quase a uma notícia por dia em dois meses, mas, tendo em conta que não trabalhávamos ao fim-de-semana, dá um pouquinho mais. Estas notícias estão divididas da seguinte forma: 12 em setembro, 27 em outubro e 25 em novembro.

Relativamente a Lionel Messi, o argentino foi alvo das minhas notícias por 46 vezes, divididas da seguinte forma: 11 em setembro, 14 em outubro e 18 em novembro. Apenas de referir que o jogador esteve lesionado desde final de setembro até meio de novembro.

Quanto a Neymar, durante estes três meses, fiz um total de 30 notícias sobre o brasileiro. O jogador subiu muito a sua popularidade depois da lesão de Lionel Messi, já que assumiu o papel de goleador do Barcelona. Assim, as notícias foram divididas da seguinte forma: 9 em setembro, 10 em outubro e 11 em novembro.

Já José Mourinho esteve presente nas minhas notícias por 36 vezes, divididas da seguinte forma: 13 em setembro, 11 em outubro e 12 em novembro. O técnico português, como referido, esteve em destaque pelos piores motivos no início da época.

No que diz respeito a notícias que envolvam vários protagonistas durante os três meses: Ronaldo e Messi foram referenciados juntos nas minhas notícias 12 vezes – 2 em setembro, 2 em outubro e 8 em novembro; Ronaldo, Messi e Neymar foram colocados juntos três vezes – 1 em outubro e 2 em novembro; Messi e Neymar, colegas

de equipa, foram noticiados juntos 11 vezes – 1 em setembro, 2 em outubro e 8 em novembro; Ronaldo e Neymar nunca foram referenciados juntos na mesma notícia; e, para terminar, Cristiano Ronaldo e José Mourinho apareceram juntos apenas por uma ocasião, numa notícia de setembro.

Um dos factos que levou a que houvesse uma maior quantidade de notícias a juntar Ronaldo, Messi e Neymar no mês de novembro foi o aproximar das votações para melhor jogador do Mundo. Com a cerimónia do prémio a decorrer em janeiro, houve várias personalidades do futebol a fazer comparações entre os jogadores, especialmente entre Messi e Ronaldo. Além disso, novembro foi também mês de *El Clássico*, jogo que coloca frente a frente Real Madrid e Barcelona, em Espanha. Já as comparações entre Messi e Neymar surgiram muito devido à ausência do argentino dos relvados, graças à tal lesão, que levou várias pessoas a opinar sobre o facto de o brasileiro o conseguir, ou não, substituir.

Conclusão

“Fazer jornalismo não é como vender fruta num supermercado. Nós temos um impacto muito grande no comportamento das pessoas e nas transformações sociais. Não podemos trabalhar só para os números. Eles são a base do nosso sustento, mas o bom jornalismo tem de existir.”³⁷

Esta citação de Sérgio Figueiredo, atual diretor de informação da TVI, feita numa entrevista ao Diário de Notícias, em março de 2016, transmite exatamente aquele que deveria ser o pensamento de toda a comunicação social a nível mundial, não só a televisão, mas todos.

Apesar das várias dificuldades económicas pelas quais o jornalismo tem passado, há sempre que ter em mente que estas não podem ter repercussão na qualidade do trabalho do jornalista e, infelizmente, isto não se vê usualmente nos dias de hoje. Com a chegada da internet e, consequentemente, com o aparecer de várias potencialidades que podem poupar dinheiro às empresas, muitos jornalistas, principalmente aqueles que trabalham para o mundo *online*, vêm o seu trabalho cada vez mais restrito a uma secretária e um computador. E é aqui que começa a distorcer-se aquele que deveria ser o trabalho de um profissional de jornalismo.

Com a minha experiência na secção *online* do jornal *A BOLA*, pude testemunhar este novo tipo de jornalismo sedentário, em que o jornalista usa como fontes outros meios de comunicação e os *sites* das respetivas organizações que lhes interessam, está entranhado na comunicação social portuguesa. As dificuldades económicas das empresas de comunicação social fazem com que estas procurem soluções para poupar gastos e este é um dos meios usados – e estamos a falar, como visto anteriormente, do *site* informativo mais visto em Portugal.

Chegando então aqui, tendo como base a análise prática (no contexto de redação) e teórica que realizei no decorrer deste trabalho, cheguei às seguintes conclusões:

³⁷ Diário de Notícias (2016): “Fazer jornalismo não é como vender fruta no supermercado” de Nuno Azinheira. Disponível em: <http://www.dn.pt/media/interior/fazer-jornalismo-nao-e-como-vender-fruta-no-supermercado-5063314.html>

- O jornalismo, principalmente o ciberjornalismo, praticado em Portugal está cada vez mais a fazer-se dentro das redações, sem que seja sequer preciso os jornalistas contactarem fontes.
- Falando particularmente do jornalismo desportivo, aquele que é a base deste trabalho (*online*), as notícias que saem nos *sites* desportivos portugueses são, cada vez mais, uma reprodução adaptada de notícias de outros meios de comunicação de todo o mundo – já que as fontes utilizadas são mesmo essas, tanto para o futebol internacional, como muitas vezes para o futebol nacional (caso de entrevistas a jogadores dos três grandes dadas a meios de outros países). Além disto, as notícias exclusivas, aquelas que são do trabalho do jornal, são adaptações daquilo que vem na versão impressa do jornal – que são feitas por jornalistas de outras secções e não dos da secção *online*.
- O ciberjornalismo português ainda não chegou, pelo menos o desportivo, à fase de produzir conteúdos próprios para o meio. Infelizmente, os *sites* desportivos portugueses não constroem narrativas multimédia. Não há um exemplo de uma reportagem desportiva feita especialmente para o *online* nos três jornais desportivos: *A BOLA*, *Record* e *O Jogo*. A verdade é que não há uma liberdade criativa para isso, está tudo muito sintonizado num método de trabalho em que este ponto passa para segunda opção – algo diferente das versões em papel.
- Uma das coisas que verifiquei no meu estágio foi que os jornalistas das secções *online* não têm autonomia para ligar, por exemplo, para um clube ou fonte para confirmar uma informação encontrada *online*. A informação é comunicada a um editor da secção que, posteriormente, informa do que foi dito por parte, por exemplo, do clube – depois da informação verificada por alguém da secção correspondente. Além disto, os jornalistas desta secção não têm saídas da redação, tudo é feito da secretária.
- Tendo em conta o experienciado durante o estágio e o lido durante a parte teórica deste trabalho, as dificuldades financeiras e a diminuição da quantidade de jornalistas nas redações – durante o meu estágio foram 2 jornalistas embora, sem ser renovado o contrato, e ninguém foi substituído – são as principais causas pela adoção deste tipo de jornalismo sentado que se suporta noutros órgão de comunicação social para fazer notícias.
- O contacto com fontes de informação, que são, a meu ver, o que faz a notícia e a torna mais completa e enriquecida, está a ser um pouco deixado de lado por este

novo método de fazer jornalismo. Com os jornais cada vez mais a seguirem-se uns aos outros – ou seja, a colocarem a mesma história sem se preocupar em aprofundar e procurar mais sobre o acontecimento e, conseqüentemente, procurar fontes – este contato vital para o jornalismo é secundarizado, principalmente no mundo *online*.

- Olhando para as notícias do *site*, percebemos que o futebol continua a dominar o panorama desportivo português, ficando as modalidades um pouco secundarizadas. Além disso, os três clubes considerados grandes, ou seja, Benfica, FC Porto e Sporting, também dominam a informação colocada *online* – tal como acontece nos jornais, televisões e rádios. Estes três clubes são aqueles que têm mais notícias suas publicadas durante o dia, ao contrário dos outros clubes que, por norma, são atualizados de manhã e só em casos especiais (como conferências de imprensa de antevisão de partidas ou algo que aconteça fora do normal) é que volta a ver uma notícia sua colocada durante o dia.
- Já no que diz respeito ao *site* d'A BOLA, o futebol internacional domina. A quantidade de notícias referentes a ligas estrangeiras supera, em muito, as do futebol português. Acredito que o facto do *site* se alimentar com a pesquisa de notícias em outros meios de comunicação estrangeiros, como é o caso da *Marca*, *Mundo Deportivo*, *L'equipe*, *Sun*, etc., seja um dos muitos motivos ligados ao maior número destas. Isto, claro, aliado ao grande interesse do público português por este tipo de notícias e ao facto de haver muitos jogadores e treinadores estrangeiros espalhados pelo mundo, principalmente nas principais ligas mundiais.
- Dentro das modalidades, como já visto, o ténis e o futsal são aquelas que mais acompanhamento têm no *site* d'A BOLA. Para este tipo de notícias são, na maior parte das vezes, usadas as agências noticiosas, como a *Lusa*, a *Reuters*, a *France Press*, etc... Infelizmente, e tendo em conta a baixa quantidade de 'cliques' que estas notícias têm, estas continuam a ser deixadas para segundo plano.
- Tal como toda a comunicação social portuguesa, o *site* do jornal A BOLA dá uma grande importância a notícias sobre o Cristiano Ronaldo, José Mourinho e Lionel Messi – apesar de este último não ser português, tem uma grande influência entre os adeptos de desporto portugueses. Assim, notícias sobre estas personalidades acabam sempre em destaques do *site*, principalmente se for sobre a 'guerra' entre quem é o melhor jogador do mundo. Além destes, o *site* dá uma

grande importância a treinadores e jogadores portugueses em ligas estrangeiras, sendo um método utilizado para se destacar da concorrência.

- Para terminar, nesta sociedade da internet e dos novos meios de comunicação, o que interessa cada vez mais às empresas de comunicação social são os ‘cliques’ que uma notícia dá ao respetivo *site*. A qualidade da notícia está a ser avaliada pelas vezes que as pessoas clicam nela, não pelo trabalho jornalístico em si. Assim, por exemplo, notícias sobre coisas que os jogadores publicam nas redes sociais tornam-se lucrativas para os *sites* desportivos. Apesar de haver uma grande quantidade de críticas sobre este género de notícias, a verdade é que estas facilmente chegam aos milhares de ‘cliques’, porque as pessoas têm interesse em ler esse tipo de informação. Assim, a qualidade do jornalismo praticado está, em alguns casos, a ser deixada para segundo plano em prol de obter mais ‘cliques’.

A solução para estas questões não é, de todo, fácil de encontrar, mas acredito que com uma capacidade económica maior as empresas optariam por deixar para trás este jornalismo sentido que temos vindo a testemunhar com o passar dos anos. Além disso, é importante também que estas empresas de comunicação social comecem a perceber e a integrar as verdadeiras potencialidades da internet no trabalho jornalístico realizado *online*, de modo a que seja possível ver a verdadeira qualidade do ciberjornalismo... e o desporto tem tanto para dar. Apesar de tudo, o mais importante será não esquecer qual é o papel do jornalismo e a quem é que este tem de ser fiel: aos seus leitores.

Tendo tudo isto em conta, acabo este trabalho com uma frase do Diretor Hutchinson, no filme *Deadline U.S.A.*, recordada por Nelson Traquina, na sua obra *O que é o Jornalismo*, dedicada a todos os estudantes de jornalismo que esperam, um dia, vir a exercer e a melhorar alguns destes aspetos da profissão:

“Nunca desista; o jornalismo não é, talvez, a mais velha profissão... mas é a melhor.”

Referências bibliográficas

BASTOS, Hélder (2000). Jornalismo Electrónico: Internet e Reconfiguração de Práticas nas Redacções. Coimbra: Minerva Coimbra

BASTOS, Hélder (2005). Ciberjornalismo: dos primórdios ao impasse. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bastos-helder-ciberjornalismo-dos-primordios-ao-impasse.pdf>

BASTOS, Hélder (2010). Origens e Evolução do Ciberjornalismo em Portugal. Porto: Edições Afrontamento.

BASTOS, Hélder (2012). A diluição do jornalismo no ciberjornalismo. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bastos-helder-2013-a-diluicao-do-jornalismo-no-ciberjornalismo.pdf>

CANAVILHAS, João Messias (2004). Os jornalistas Portugueses e a Internet. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-jornalistas-portugueses-internet.pdf>

CANAVILHAS João (2005), Os jornalistas online em Portugal. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-jornalistas-online.pdf>

CANAVILHAS, João (2007), Webnotícia: Propuesta de Modelo Periodístico para la WWW. Livros Labcom. Disponível em: http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20110823-canavilhas_webnoticia_final.pdf

CARDOSO, Gustavo, ESPANHA, Rita, ARAÚJO, Vera (e outros) (2009), Da comunicação de massa à comunicação em rede. Porto: Porto Editora

COELHO, João Nuno e PINHEIRO, Francisco (2002): A Paixão do Povo – História do Futebol em Portugal, Edições Afrontamento, Porto – citado por Manuel Sérgio no seu artigo O Modelo racionalista do jornal A Bola. Disponível em: <http://www.abola.pt/nnh/ver.aspx?id=529570>

COSTA, Lara, (2011): Ser Jornalista Desportivo em Portugal. Blog de Jornalismo Especializado, Universidade Lusófona Porto. Disponível em: <http://jornalismoespecializado.blogs.sapo.pt/37292.html>

DÍAZ Noci, Javier & Salaverría, Ramon (2003), Manual de Redacción Ciberperiodística. Barcelona: Ariel Comunicación.

DIÁRIO DE NOTÍCIAS (2016): “Fazer jornalismo não é como vender fruta no supermercado” de Nuno Azinheira. Disponível em: <http://www.dn.pt/media/interior/fazer-jornalismo-nao-e-como-vender-fruta-no-supermercado-5063314.html> (consultado a 6 de março de 2016)

ERICSON, Richard, BARANEK, Patrícia e CHAN, Janet (1989). Negotiating Control: a study of news sources, Toronto: University Press

EXPRESSO (2010), Jornal "A Bola" comemora 65 anos. Disponível em: <http://expresso.sapo.pt/desporto/jornal-a-bola-comemora-65-anos=f560424>

GRAÇA, Sara Meireles (2007). Os jornalistas portugueses: Dos problemas da inserção aos novos dilemas profissionais. Coimbra: MinervaCoimbra

GRADIM, Anabela. Os Géneros e a Convergência: o jornalista multimédia do século XXI. Disponível em: <http://labcom-ifp.ubi.pt/files/agoranet/02/gradim-anabela-generos-convergencia.pdf>

GOMES, Rui Miguel (2009). A Importância da Internet para Jornalistas e Fontes. Lisboa: Livros Horizonte

KOVACK, Bill e ROSENSTIEL, Tom (2004). The Elements of Journalism; What Newspeople Should Know and the Public Should Expect. Guardian Books

MACEDO, Anabela Semanas (2008): O papel do jornalismo desportivo na hegemonia do futebol - Observações e reflexões de um estágio no diário desportivo O Jogo. Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho.

MANUEL, Sérgio (2015), O jornal “ A Bola” - desporto e humanismo. Disponível em: <http://www.abola.pt/nnh/ver.aspx?id=541273>

MARKTEST. Ranking netScope de entidades de Janeiro de 2016. Disponível em: <http://net.marktest.pt/netscope/rankings-netscope/ranking-netscope-de-janeiro-de-2016/> (consultado a 22 fevereiro de 2016)

PAVLIK, John (2001), Journalism and New Media. New York: Columbia University Press. Disponível em: http://icank-ihsan.weebly.com/uploads/1/8/7/4/18748648/journalism_and_new_media.pdf

POSTER, Mark (2000), A Segunda Era dos Média. Oeiras: Celta Editora

RAMONET, Ignacio (2011), La explosión del periodismo. Internet pone en jaque a los medios tradicionales. Espanha: Clave Intelectual. Disponível em: http://perio.unlp.edu.ar/catedras/system/files/la_explosion_del_periodismo_de_ramonet.pdf

ROCHA, Júlia e PORTOCARRERO, Marta, (2012): Jornalismo desportivo: Clubes geram reações “exacerbadas”, Universidade do Porto. Disponível em: http://jpn.c2com.up.pt/2012/05/28/jornalismo_desportivo_clubes_geram_reacoes_exacerbadas.html

SANTOS, Cristiana Ávila (2012): Jornalismo desportivo: A notícia em televisão e as fontes de informação dos jornalistas. Relatório de Estágio em Jornalismo na FCSH – UNL. Disponível em: <http://run.unl.pt/bitstream/10362/9162/1/Relat%C3%B3rio%20de%20Est%C3%A1dio%20-%20TVI%20-%20Mestrado%20em%20Jornalismo.pdf>

SANTOS, Rogério (2003). Jornalistas e fontes de informação: as notícias do VIH-Sida com estudo de caso, Tese de Doutoramento apresentada na FCSH, Lisboa.

SANTOS, Rogério (2003b). Jornalistas e fontes de informação, Coimbra: Minerva Coimbra

SCHUDSON, Michael (2003). The Sociology of News, Nova Iorque e Londres: W. W. Norton & Company

SILVA, Joana (2011). Blogue de Jornalismo Especializado, Universidade Lusófona Porto: 11 de Maio de 2011. Disponível em: <http://jornalismoespecializado.blogs.sapo.pt/34948.html> (consultado a 9 de Fevereiro de 2016)

SILVEIRA, Nathália Ely da, (2009), Jornalismo Esportivo: Conceitos e práticas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Porto Alegre (Brasil). Acedido através da Internet. URL: <http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/22683/000740013.pdf>

SOBRAL, Luís e MAGALHÃES, Pedro (1999): Introdução ao Jornalismo desportivo. Lisboa: CENJOR

SOUSA, Jorge Pedro e AROSO, Inês (2003). Técnicas Jornalísticas nos Meios Electrónicos: princípios de radiojornalismo, telejornalismo e jornalismo on-line. Porto: Universidade Fernando Pessoa

TRAQUINA, Nelson (2002), O que é Jornalismo. Quimera

TULHA, Ana Sofia Pereira (2012): O Jornalismo sentado e a dependência das agências: o caso da secção de Desporto do jornal Público. Relatório de Estágio em Jornalismo na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas (FCSH) – Universidade Nova de Lisboa (UNL). Disponível em: <http://run.unl.pt/handle/10362/9391>.

Anexos

Entrevistas

Rogério Ferrão, jornalista da secção *online* d'A Bola

- 1. Muitas vezes o jornalismo desportivo é visto como algo diferente (e menor) dos outros géneros. O jornalismo desportivo utiliza uma escrita diferente dos outros géneros jornalísticos ou a linguagem jornalística é uma só?**

A teoria diz-nos que toda a linguagem jornalística é uma só, contudo acredito que o jornalismo desportivo, dadas as suas especificidades, segue numa linha diferente de todas as outras. No meu entender, o jornalismo desportivo foi evoluindo ao longo dos tempos e já não é meramente informativo, procurando descrever ao pormenor toda e qualquer notícia. Ainda assim, esta situação é mais utilizada no papel do que no *online*, talvez devido aos diferentes público-alvos.

- 2. Acredita que na ideia de que o jornalismo desportivo é encarado como um género menor?**

Dado o seu mediatismo, eu penso que não. Creio que o jornalismo desportivo já consolidou a sua posição nos géneros jornalísticos. Pela paixão que milhões de pessoas têm pelo desporto e por todas as notícias que o rodeiam, penso que não faz sentido achar o jornalismo desportivo como um género menor.

- 3. Qual é a importância do *site* online d'A Bola para o jornal?**

É uma pergunta um pouco difícil de responder. Tem que ter a sua importância, isto porque representam um órgão de comunicação de grande prestígio. Porém, a sua conexão podia ser mais eficaz, o que algumas vezes não acontece. Em algumas ocasiões, o *site* e o jornal parecem que são independentes, o que no meu entender não deveria acontecer, contudo faz parte da política do jornal.

- 4. Como vê o trabalho realizado na redacção *online* do jornal?**

O trabalho realizado pela redação *online* do jornal é excecional. Trata-se de uma equipa pequena, no entanto tenta dar a informação que o leitor quer saber em tempo útil, tentando também não descurar modalidades não tão populares entre os amantes de desporto. Ou seja, desta forma tenta atender aos diferentes gostos de vários utilizadores que acompanham o *site*. No entanto, informações sobre os três principais clubes do futebol português (Benfica, FC Porto e Sporting), bem como portugueses espalhados pelo Mundo (Ronaldo e Mourinho) merecem toda a atenção e, geralmente, as suas notícias são as mais vistas. Por este motivo, a redação do *online* tentar aproveitar e dá prioridade a assuntos relativos a estas temáticas.

5. A verdade é que A Bola online é o *site informativo* mais visto em Portugal. O que é que contribui para esta distinção? O que é que os leitores encontram no *site de A Bola* que não encontram em outros? O que é que distingue a página online d'A Bola para que esta esteja na liderança?

A liderança d' A Bola talvez é explicada pela variedade de informação que se encontra no site ou pelo grafismo que a página tem, atraindo assim milhares de pessoas. Hoje em dia, existem muitos portugueses, em especial no futebol, espalhados por vários países europeus e creio que os utilizadores do site de Abola procuram e dão mais atenção a notícias sobre vários campeonatos europeus (Espanha, Inglaterra, Itália...) e creio que a página do jornal Abola aposta muito nesse tipo informação, conseguindo, diariamente, ter uma grande variedade de informação.

6. Qual é o motivo do futebol internacional ser tão importante para o site d'A Bola? Qual o motivo de uma aposta tão grande neste tipo de notícias?

A *Bola online* tenta aproveitar ao máximo o futebol internacional porque todos os leitores são fãs acérrimos de Ligas como a inglesa, espanhola, italiana ou alemã. Além de mais, alguns dos nossos melhores jogadores portugueses, ou até mesmo treinadores, estão presentes nessas provas, o que gera desde logo um grande entusiasmo. Temos de ter a noção que vivemos numa época onde temos o prazer de observar futebolistas fantásticos como Ronaldo ou Messi. Logo, cada recorde que um dos jogadores consiga bater, quer na Liga espanhola ou Liga dos Campeões, é uma das coisas que chama

muito a atenção aos nossos leitores. Qualquer que seja a notícia sobre Messi ou Ronaldo tem grande repercussão de cliques e também de comentários.

Para se ter uma ideia, por vezes noticiamos algo que Cristiano Ronaldo coloca nas redes sociais...No *site* fazemos, muitas vezes, fotonotícia com as publicações do internacional português e o resultado é inacreditável. Uma simples frase do craque português chama a atenção de milhares de pessoas. Nos comentários, surgem muitas pessoas a criticar a iniciativa de Ronaldo e também do site, mas a verdade é que este tipo de (foto)notícia é a que obtém o maior número de cliques.

Atualmente, é imprescindível um *site* desportivo ter informações sobre futebol internacional, isto porque esse tipo de notícias atrai milhares de leitores. O facto é que vivemos numa era onde a globalização cresceu exponencialmente, por isso os jornais portugueses decidiram, e bem, optar por abraçar esse fenómeno.

7. O jornalismo é feito à base de fontes, que são um importante fator no trabalho de qualquer jornalista. Quais são as principais fontes de informação usadas no dia-a-dia do *site*?

No *site*, utiliza-se muita informação dos correspondentes que acompanham os clubes portugueses. Quanto às modalidades, geralmente utiliza-se a informação disponibilizada pela agência LUSA. Finalmente, na parte internacional tenta-se pesquisar informação em vários sites de Espanha, França, Alemanha, Inglaterra, Itália, Brasil...etc... (tudo o que envolva atletas nacionais)

8. Sem um contacto direto com fontes. Quais são os critérios de seleção de notícias? Como é que se verifica se a notícia é verdadeira?

Hoje em dia é difícil avaliar se a notícia é verdadeira ou não. O que se tenta fazer é encontrar algo que possa interessar aos nossos eleitores. Dessa forma, mesmo desconfiando se a notícia é verdadeira ou não, procuramos sempre citar a fonte. O critério depende de cada um. Obviamente que uma notícia sobre Ronaldo, Messi, Mourinho ou Guardiola poderá interessar a muita gente, no entanto uma notícia sobre alguém menos popular também poderá despertar atenção em termos de

cliques. Tudo irá depender do tipo de leitor que irá consultar o nosso *site*.

9. Podemos dizer que o ciberjornalismo se faz cada vez mais dentro das redações. É verdade que esta é uma tendência que tem vindo a ganhar espaço?

Motivada pelas dificuldades financeiras da indústria, essa tendência tem vindo a ganhar espaço e, creio, que nos próximos anos ainda se vai acentuar mais

10. Quantas vezes, enquanto jornalista da secção *online* d'A Bola saiu da redação e trabalhou diretamente com fontes?

Nunca o jornalista da secção *online* abandona a redação e raríssimas vezes entra em contacto com as fontes. A função primordial é pesquisar notícias em *sites* internacionais. Quando existe informação exclusiva, é o jornalista da redação do jornal que vem transmitir a informação à secção do *online*.

11. Têm autonomia para pegar num telefone e ligar a uma fonte para confirmar uma notícia? Porquê?

Isso trata-se de uma situação pontual, mas que dificilmente acontece. Em primeiro lugar, contacta-se o “chefe” da secção *online* e depois o seu parecer é que vai ditar essa situação, porém a política da redação não é essa. Até porque grande parte das notícias que colocamos no “ar” dizem respeito a informações sobre Futebol Internacional.

12. Acredita que a diminuição do contacto do jornalista com fontes pode prejudicar o trabalho do jornalista? Por que motivo?

Falar com as fontes acrescenta grande valor às notícias, algo que também poderá agradar aos leitores. No entanto, no *online*, penso que isso não se coloca. Raramente, o jornalista assina a peça. Por isso, penso que não irá prejudicar o jornalista.

13. Mas encara mais a Internet como um recurso que veio ajudar no trabalho jornalístico ou que veio distorcê-lo?

Penso que a internet ajuda mais do que distorce. Se não existisse internet, seria bastante difícil reproduzir informação sobre os atletas nacionais que se encontram além-fronteiras, inclusivamente em tempo real. Obviamente, existem situações em que poderá distorcer as informações, no entanto acho que o balanço entre os pós e contras é positivo.

14. Quais é que acha que são as causas desta nova tendência? A diminuição dos orçamentos estimula cada vez mais para isso?

Esse tem sido um dos grandes fatores. Há 10 anos atrás, era normal jornalistas acompanharem, diariamente, figuras como Ronaldo, Mourinho. Hoje em dia, isso já não acontece e, por isso, tenta-se “copiar” ou reproduzir informação divulgada por meios de comunicação internacionais. Situação que leva a que existam poucos artigos exclusivos.

15. Quais são os perigos desta tendência de uso de outros jornais como fontes de informação?

O perigo é o que falámos anteriormente. Saber se a notícia é verdadeira ou não. Tentamos procurarmo-nos defender ao citar a fonte. Ainda assim, o leitor, por vezes, não tem isso em atenção por estar a ler a informação no *site A Bola*. Por exemplo, um jornal escocês reproduziu declarações de um jogador do Sporting (Carlos Mané). A redação do *online* fez uma notícia sobre essa entrevista. Porém, horas mais tarde o jogador referiu na sua rede social que não tinha dado a entrevista ao meio de comunicação britânico... Mas o mal já estava feito.

16. Um dos autores que li para a concretização deste trabalho defende que os jornais estão cada vez mais a seguir-se uns aos outros e cada vez menos a procurar conteúdos originais. Concorda com esta afirmação?

Concordo um pouco com essa informação. O objetivo de hoje dos *sites* é conseguir o maior número de cliques e, por isso, tenta-se ter o máximo de informação possível nem que para isso se cite a fonte que citou outra fonte. Desta forma, por vezes é impossível saber a origem da notícia. Vivemos num tempo em que se dá mais importância aos números (cliques) do que propriamente à qualidade.

Ricardo Santos Fernandes, jornalista da secção *online* d'A Bola

1. Muitas vezes o jornalismo desportivo é visto como algo diferente (e menor) dos outros géneros. O jornalismo desportivo utiliza uma escrita diferente dos outros géneros jornalísticos ou a linguagem jornalística é uma só?

A linguagem jornalística é uma só: tentar sempre passar a informação de uma forma clara, correta e concisa. O jornalismo desportivo é, muitas vezes, visto como algo “menor” porque aparece frequentemente rotulado de um ‘jornalismo de rumores’ em que existe pouca investigação, e consequentemente notícias com pouca fidedignidade. Mas independentemente disto, todos os tipos de jornalismo merecem respeito e numa sociedade em que o desporto se apresenta como uma das áreas de maior estrelato é conveniente coloca-lo no devido patamar, mas sempre com a ideia presente de que nós alimentamos uma pequena fábrica, que está inserida numa enorme indústria chamada jornalismo.

2. Acredita que na ideia de que o jornalismo desportivo é encarado como um género menor?

Acredito que possa existir essa desvalorização, no sentido em que é dada a áreas como a política, a economia e a sociedade as funções de serem elas as principais responsáveis de nos regerem e de interferirem ativamente no nosso quotidiano. Ou seja áreas das quais nós dependemos diretamente e que participam ativamente no nosso dia-a-dia. Mas o jornalismo desportivo acaba por nos dizer respeito como um hobby, tal como existe jornalismo cinéfilo ou literário, com a enorme diferença de que o desporto envolve milhões de pessoas e mexe com muitos milhões de euros. Com Jornalismo desportivo fabricam-se milhares de peças, gera-se um rolo compressor de opiniões, e mais importante de tudo reproduzem-se paixões nas pessoas, porque o desporto é isso mesmo uma paixão.

3. Qual é a importância do *site* online d'A Bola para o jornal?

O *site* d'A Bola acaba por ser a principal ferramenta, digamos que a casa das máquinas que faz funcionar tudo o resto. Existe igualmente um jornal em papel e uma televisão,

mas é aqui no *site* que construímos hora a hora, quase minuto a minuto um enredo que envolve mexer com vários atores, entendam-se por modalidades, que nos obrigam a uma atenção redobrada. Ser o *site* mais visto do país, com maior número de visualizações, é fantástico mas ao mesmo tempo coloca-nos sobre uma enorme pressão, na medida em que um pequeno erro, um segundo depois já está a ser escrutinado por milhares de pessoas.

4. Como vê o trabalho realizado na redação *online* do jornal?

Como disse anteriormente, um trabalho árduo que nos exige estar em diversas frentes, e quase multifacetados para efetuar diversas operações em simultâneo: desde a escolha de uma manchete, à publicação de uma notícia, passando pela revisão de comentários e pelos jogos em direto, tudo isto exige uma atenção sistemática. O trabalho na redação acaba por ser gratificante pelo trabalho que fazes, sempre em cima do acontecimento, e pelo excelente ambiente que se vive, entre colegas de trabalho.

5. A verdade é que A Bola *online* é o *site* informativo mais visto em Portugal. O que é que contribui para esta distinção? O que é que os leitores encontram no *site* de A Bola que não encontram em outros? O que é que distingue a página *online* d'A Bola para que esta esteja na liderança?

Acho que a resposta a esta pergunta começa imediatamente pelo fato deste jornal se tratar de um *site* informativo, em que além de existirem notícias sobre desporto, há um segmento de notícias da atualidade do país e do mundo (Outros Mundos), bem como notícias sobre os PALOP (e o segmento África). Por aqui começa a diferença que depois se estende a um jornalismo desportivo de referência em que todos, desde a redação do *online*, ao nacional, ao internacional, passando pela maquetagem até A BOLA TV todos partilhamos. Um tratamento rigoroso e isento, uma enorme paixão pelo futebol e pelas modalidades, um gosto por querer sempre fazer mais e melhor.

A página A BOLA *online* é uma página onde encontramos as principais notícias de desporto, das várias modalidades, onde sabemos o que se passa pelo mundo, onde ainda temos a possibilidade de participar em animados fóruns, com notícias a serem comentadas por centenas de utilizadores. Um *site* onde existem galerias de imagens, de vídeos, onde existem rubricas diárias como Portugueses Emigrantes, onde há um pouco

de tudo em tempo real.

6. O jornalismo é feito à base de fontes, que são um importante factor no trabalho de qualquer jornalista. Quais são as principais fontes de informação usadas no dia-a-dia do *site*?

Desde logo as nossas fontes, aquelas que estão ligadas ao jornal, em papel, e estão sistematicamente em contato com a nossa redação. Obviamente, recolhemos informação dos principais *sites* internacionais de todo o mundo. Depois pela vasta gama de correspondentes que possuímos em todo o mundo sobretudo nos países oficiais de língua portuguesa.

7. Sem um contacto directo com fontes. Quais são os critérios de seleção de notícias? Como é que se verifica se a notícia é verdadeira?

O princípio básico do jornalismo são as fontes. Se obviamente não existir esse contacto direto preocupamo-nos em saber o maior número de coisas sobre a informação que nos é transmitida. Procuramos cruzar informações/elementos, consultar vários *sites* internacionais, várias agências de notícias. Devemos citar os *sites* dos quais retiramos a informação, devemos consultar mais do que um site, devemos ser isentos e rigorosos, e partilhar com o leitor informação fidedigna.

8. Em Portugal há uma grande importância por parte dos jornais desportivos com o futebol. Acha que as modalidades ficam um pouco deixadas para segundo plano?

Infelizmente é quase uma verdade fatual e incontestável. Pela força que o futebol tem e se traduz de várias formas: pelos milhões de pessoas que movimenta, em Portugal há mais apaixonados por futebol, do que todas as outras modalidades juntas e isso é um fato. Pelo dinheiro que gera, pelos interesses que gera, pela paixão que suscita. Por afinal ser quase crónico o bate-boca no café sobre quem vai ser o futuro campeão. É muitas vezes tema de café porque é aquilo que apaixona, e aquilo que os portugueses querem. Falar de futebol, falar de golos, falar sobre o clube que gostam. Agora, claro, que as outras modalidades também existem e são igualmente acompanhadas. Por exemplo,

e para não estar aqui a referir tantas outras, o ténis tem um acompanhamento extensivo no nosso *site* com os circuitos a serem acompanhados a par e passo e os tenistas portugueses a terem particular destaque.

9. Podemos dizer que o ciberjornalismo se faz cada vez mais dentro das redações. É verdade que esta é uma tendência que tem vindo a ganhar espaço?

Cada vez se torna mais fácil ter acesso à informação. Num mundo completamente informatizado e em que o acesso às novas tecnologias é tão simples, muitas vezes uma chamada por telemóvel ou pelo *Skype* é o suficiente para conseguirmos ter acesso à informação que pretendemos, até uma entrevista conseguimos realizar sem sair da redação. Porque existem televisões, rádios, *mails*, computadores, telemóveis, mil e uma ferramentas para conseguir chegar à informação, e tudo se consegue, num mundo em que a Internet nos transporta para todos os lados, muitas das vezes, com apenas meia dúzia de cliques.

10. Quantas vezes, enquanto jornalista da secção *online* d'A Bola saiu da redação e trabalhou diretamente com fontes?

O meu trabalho no jornal é essencialmente na redação, mas já tive oportunidade de sair algumas vezes em reportagem. Todos os trabalhos foram realizados para a secção de OM (Outros Mundos).

11. Têm autonomia para pegar num telefone e ligar a uma fonte para confirmar uma notícia? Porquê?

Confirmar uma notícia deve ser a conduta primordial do nosso trabalho. Ao não estarmos a citar uma fonte estamos a pôr o nome do jornal em cheque. Estamos a garantir que aquela notícia é fidedigna. Estamos a garantir que o nosso jornal sabe, isto é, que as nossas fontes são de confiança.

12. Acredita que a diminuição do contacto do jornalista com fontes pode prejudicar o trabalho do jornalista? Por que motivo?

Tenho a certeza absoluta que sim, como disse na resposta anterior. Não ter fontes, não ter forma de confirmar notícias que são veiculadas em outros órgãos torna difícil o trabalho realizado por qualquer jornalista. Sem fontes, o jornalista não tem contactos, não tem acesso a informação, que muitas das vezes é fulcral para escrever uma notícia e, muitas das vezes, para a escrever em primeira mão.

13. Mas encara mais a Internet como um recurso que veio ajudar no trabalho jornalístico ou que veio distorcê-lo? A internet veio, acima de tudo, permitir que um maior número de pessoas tenha acesso à informação. Muitas pessoas que não compram um jornal, ouvem um noticiário na rádio ou têm oportunidade de ver um telejornal. A internet mantém as pessoas atualizadas daquilo que elas querem saber (procuram *sites* das especialidades de que gostam) e através das redes sociais, que acabam simultaneamente por ser meios de divulgação de notícias. Permite que a notícia chegue mais rápido ao leitor, se a distorce?

Penso que não. Acho que as notícias são mais discutidas. Há um maior debate em redes sociais e fóruns daquilo que sabe, daquilo que é feito. E a internet permite que um trabalho jornalístico, realizado numa redação de um jornal tenho uma divulgação ainda maior. Pensemos num exemplo que uma notícia é publicada num jornal que vende 10 mil jornal por dias, e, provavelmente, a mesma notícia sendo publicada na internet é lida por 100 mil pessoas e partilhada outras tantas quantidades de vezes em redes sociais. Acredito que, somando os prós e os contras, trouxe maiores vantagens ao planeta jornalístico

14. Quais é que acha que são as causas desta nova tendência? A diminuição dos orçamentos estimula cada vez mais para isso?

A diminuição dos orçamentos faz com que as redações se virem cada vez mais para a Internet, como a melhor solução para o futuro. A solução mais barata e aquela que acaba por atingir um maior público. Temos o exemplo do Observador, um jornal que não tem suporte em papel, virado exclusivamente para a plataforma *online*.

15. Quais são os perigos desta tendência de uso de outros jornais como fontes de informação?

Provavelmente a perda de credibilidade. As notícias deixam muitas das vezes de ter um suporte de verdade. São facilmente escritas, mas nem sequer são confirmadas. Falta de rigor jornalístico!

16. Um dos autores que li para a concretização deste trabalho defende que os jornais estão cada vez mais a seguir-se uns aos outros e cada vez menos a procurar conteúdos originais. Concorda com esta afirmação?

Penso que os jornais obedecem a plataformas muito rígidas, estão a virar-se cada vez mais para os números. Querem vender mais, publicando cada vez com menos rigor. Penso que aquilo se passa com jornais acontece igualmente com as televisões, em que vemos quase a mesma grelha de programas nos três canais generalistas, e nos respetivos canais de informação vemos exatamente as mesmas notícias. Temos em Portugal um grave problema: uma sociedade estagnada, em que poucos são aqueles que se atrevem a mudar.

		Setembro (não inclui os dias 28, 29 e 30)		Outubro		Novembro		
Futebol Nacional :								
	Benfica	9		9		18		
	FC Porto	3		4		9		
	Sporting	1		12		12		
Outros:								
	Arouca	1				1		
	Nacional	2						
	Rio Ave	1		1		2		
	SC Braga	1		1		1		
	Varzim			1				
	Vit. Setúbal			2		1		
	Tondela			2				
	Vit. Guimnarães					1		
	Boavista					2		
	Paços de Ferreira					1		
	Sem qualificação	2		6		9		
Seleção Nacional:		10	10	11	11	5	5	
Total:			30	9%	49	11%	62	13%
Futebol Internacional:								
Principais Ligas:								
	Espanha	93		111		106		
	Inglaterra	64		105		84		
	França	21		27		37		
	Itália	25		28		35		
	Alemanha	13		33		35		
Outros países :								
	Brasil	9		19		5		
	Argentina	6		6		4		
	Chile	5		1				
	Dinamarca	1						
	Arménia	1						
	Macedónia	1						
	Suécia	1		1		2		
	México	1						
	Liechtenstein	1						
	Colômbia	1						
	Bolívia	1		1				
	Ucrânia	1		1		2		
	Emirados	1						
	Albânia	1		2				

Grécia	2			1			3		
Holanda	3			1					
Eslováquia	1								
Croácia	2			1			1		
Moldávia	1								
Rússia	3			3			3		
Luxemburgo	2			1					
Suiça	2								
EUA	1			2			2		
Turquia	2			1			4		
China	1						1		
Polónia	1								
Rep. Checa	1			2					
Uruguai									
Egito				1			1		
Israel							1		
Bélgica							5		
Sérvia				1					
Índia				1			1		
Qatar				1			1		
Bósnia				1					
País de Gales				1			1		
Sem qualificação:	16			29			21		
Total		285	85%		382	85%		355	75%
Modalidades:									
Ténis	6			4			8		
Hóquei	1								
Futsal	1			1			2		
Atletismo							2		
Basquetebol							1		
Total		8	3%		5	1%		13	3%
Outros Mundos:									
	11			13			37		
África							3		
Total		11	3%		13	3%		40	9%
Total:	334			449			470		
c/ os 3 dias c/ os 3 dias a mais	392								
								Total de notícias:	1311

C. Ronaldo:
Messi
Neymar
Mourinho:

Messi + Neymar
Messi + Neymar + Ronaldo
Messi + Ronaldo
Ronaldo + Neymar
Ronaldo + Mourinho

Das notícias anteriores este número inclui as seguintes notícias destes jogadores e treinador:

12
11
9
13

1
2
2
1

27
14
10
11

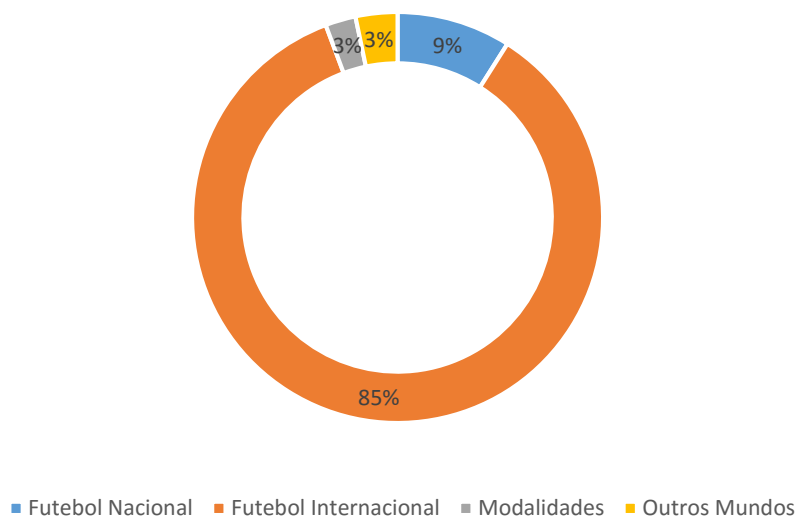
2
1
2

25
18
11
12

8
2
8

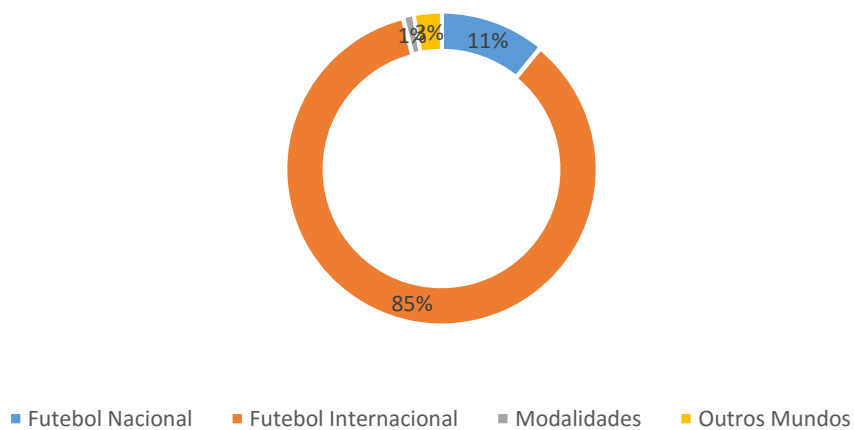
Categoria	N.º de Notícias Setembro
Futebol Nacional	30
Futebol Internacional	285
Modalidades	8
Outros Mundos	11
Total	334

Distribuição das 334 notícias de Setembro



Outubro	
Futebol Nacional	49
Futebol Internacional	382
Modalidades	5
Outros Mundos	13
Total	449

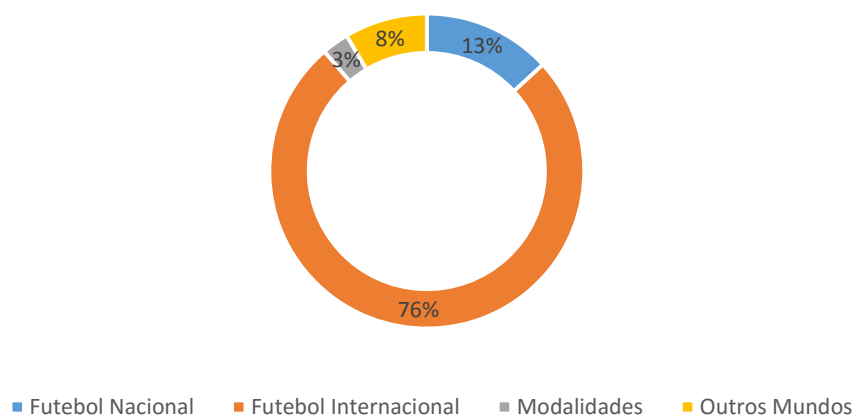
Distribuição das 449 notícias de Outubro



Novembro

Futebol Nacional	62
Futebol Internacional	355
Modalidades	13
Outros Mundos	40
Total	470

Distribuição das 470 notícias de Novembro



Total dos três meses de estágio:

Futebol Nacional

Três grandes:

Benfica	36
FC Porto	16
Sporting	25

Outras equipas:

Arouca	2
Nacional	2
Rio Ave	4
SC Braga	3
Varzim	1
Vit. Setúbal	3
Tondela	2
Vit. Guimarães	1
Boavista	2
P. Ferreira	1

Sem qualificação 17

Seleção Nacional 26

Total de notícias: 141

Futebol Internacional

Ligas com mais destaque:

Espanha	310
Inglaterra	253
França	85
Itália	88
Alemanha	81

Outras Ligas/Países:

Brasil	33
Argentina	16
Chile	6
Suécia	4
Ucrânia	4
Holanda	7
Croácia	4

Rússia	9
Turquia	7
EUA	5
Grécia	3
Luxemburgo	3
Albânia	3
País de Gales	2
Qatar	2
Índia	2
Sérvia	1
Bélgica	5
Uruguai	2
Israel	1
Egito	2
Bósnia	1
Dinamarca	1
Arménia	1
Macedónia	1
México	1
Liechtenstein	1
Colômbia	1
Bolívia	2
Emirados	1
Eslováquia	1
Moldávia	1
Suiça	2
China	2
Polónia	1
Rep. Checa	1
Sem qualificação	66
Total de notícias: 1022	
Modalidades:	
Ténis	18
Futsal	4
Atletismo	2
Hóquei	1
Basquetebol	1
Total de notícias: 26	
Outros Mundos	
Mundos	61

África	3
Total de notícias:	64
Notícias dos dias 28,29 e 30 Set.	58
Total:	1311

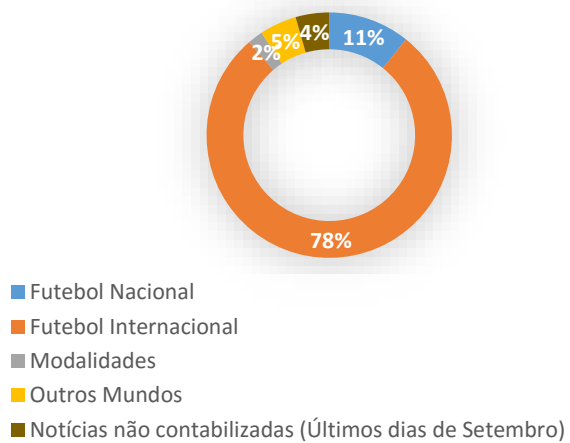
Total de notícias com os principais protagonistas do Futebol

Das notícias anteriores este número

Quantidade de notícias:	
Cristiano Ronaldo	64
Messi	43
Neymar	30
Mourinho	36
Notícias conjuntas:	
Ronaldo + Messi	12
Messi + Neymar	11
Ronaldo + Messi + Neymar	3
Ronaldo + Neymar	0
Ronaldo + Mourinho	1

Futebol Nacional	141
Futebol Internacional	1022
Modalidades	26
Outros Mundos	64
Notícias não contabiliz	58

Repartição das 1311 notícias durante o estágio



ro inclui as seguintes notícias destes jogadores e treinador:

Aqui ficam alguns exemplos das 1311 notícias:



BARCELONA

FIFA dá aviso ao Barcelona

17:13 - 04-09-2015

A- A A+

O Barcelona está impedido pela FIFA de contratar jogadores no ano 2015, porém, segundo o *Mundo Deportivo* o clube espanhol entende que a punição acaba com o encerramento do mercado de Verão, ideia não partilhada pelo organismo sediado em Zurique.

O jornal espanhol dá conta que os *blaugranas* consultaram a FIFA para puderem inscrever um jogador em caso de aparecimento de uma lesão prolongada, pedido negado pelo organismo máximo do futebol Mundial que afirma que o clube não poderá inscrever ninguém até janeiro.

Redação



MANCHESTER CITY

Aguero falha Juventus

13:51 - 14-09-2015

A- A A+

Manuel Pellegrini, treinador do Manchester City, confirmou que Sergio Aguero será baixa, por lesão, para o jogo da próxima terça-feira, a contar para a fase de grupos da Liga dos Campeões, frente à Juventus.

«Ele levou um grande pontapé no joelho. Vamos esperar que recupere. Esta tarde vamos saber quanto tempo estará lesionado», afirmou o técnico reforçando que o argentino «não está disponível par o jogo».

O avançado saiu lesionado frente ao Crystal Palace, no jogo da quinta jornada do campeonato inglês, sendo substituído aos 25 minutos de jogo.

Redação



BARCELONA

«Com Messi a vida é melhor, mais bonita e tem uma cor diferente» - Bartomeu

17:31 - 14-09-2015

A- A A+

O presidente do Barcelona, Josep Maria Bartomeu, esteve esta segunda-feira, presente num evento de um patrocinador do clube e elogiou a forma como a equipa *blaugrana* começou a época. Além de se mostrar satisfeito com o treinador, o líder catalão elogiou internacional argentino Messi.

«A equipa fez um arranque de temporada excelente. Não se pode pedir mais. Os jogadores têm garra, vontade de vencer e é tudo o que é preciso para nos darem muitas alegrias. Messi? Bem, com Leo a vida é melhor, mais bonita e tem uma cor diferente», afirmou sorridente Bartomeu citado pelo *Mundo Deportivo*

Redação



TÊNIS

Nadal regressa com vitória à Taça Davis

17:57 - **18-09-2015**

A- A A+

O regresso de Nadal à Taça Davis correu da melhor maneira possível, com o espanhol a vencer o dinamarquês Mikael Torpegaard, número 909º mundial, por 6-4, 6-3 e 6-2.

Depois de dois anos afastado da equipa espanhola na competição, a sua última partida tinha sido em 2013, no triunfo sobre a Ucrânia, o número 7 mundial deu o primeiro ponto à Espanha no confronto com a Dinamarca, que vale a permanência no Grupo I da Zona Europa/África.

Redação



REAL MADRID

«Ronaldo é tão bom que tento mantê-lo sempre na equipa» - Benítez

13:07 - 25-09-2015

A- A A+

Rafa Benítez explicou, na antevisão do jogo deste fim de semana frente ao Málaga, o facto de não fazer a rotação de Cristiano Ronaldo na equipa do Real Madrid.

«O jogador mais importante da equipa é aquele que pode fazer golos. Por isso, tento mantê-lo. É essa a razão de estar mais tempo em campo. Como é tão bom... gosto de o ver marcar. Não tenho uma meta de golos para Ronaldo, sei que vai marcar muitos golos. O bom é que se não marcar, Benzema, Jesé e Isco marcam», defendeu o técnico dos merengues que não valorizou o facto de o português estar menos goleador, explicando depois a situação de Pepe para o jogo de amanhã.

«O Pepe já não sente dores, mas estamos a avaliar a situação. Não está excluído, mas vamos ver se vale a pena arriscar e colocá-lo em campo», terminou.

Redação



LIGA DOS CAMPEÕES

Gaitán e Maicon na equipa da semana da Champions

16:09 - 01-10-2015

A- A A+

O jogador do Benfica, Gaitán, e Maicon, do FC Porto, integram na equipa ideal da Liga dos Campeões, eleita pelos utilizadores do site da UEFA.

O argentino foi figura de destaque na vitória do Benfica frente ao Atlético de Madrid, marcando um golo e uma assistência. Já o brasileiro deu a vitória ao FC Porto frente ao Chelsea, marcando o segundo golo dos 'dragões'.

O internacional português Cristiano Ronaldo também figura entre os escolhidos. O madeirense marcou os dois golos da vitória do Real Madrid frente ao Malmö, ultrapassando a marca de 500 golos na sua carreira.

Guarda-redes: Hart (Manchester City)

Defesas: Mladenovic (Bate Borisov); Barzagli (Juventus); David Luiz (Paris Saint-Germain); Maicon (FC Porto)

Médios: Gaitán (Benfica); Fortounis (Olympiakos); Mata (Manchester United)

Hulk (Zenit); Lewandowski (Bayern de Munique); Ronaldo (Real Madrid)



REAL MADRID

«O que Ronaldo fez é incrível... Raúl era um Deus para mim» - Beckham

18:34 - 07-10-2015

A- A A+

O antigo jogador do Real Madrid, David Beckham, está rendido a Cristiano Ronaldo e desfez-se em elogios ao internacional português, depois deste ter alcançado o título de melhor marcador da história do clube merengue.

«É incrível o que fez Cristiano Ronaldo na sua carreira. É apaixonante, para um adepto do Real Madrid, ver o que faz Ronaldo. Ver como joga, a paixão com que trabalha a cada dia. É impressionante ver como foi capaz de superar o meu amigo Raúl tão rápido... Para mim Raúl era como um Deus», destacou o ex-futebolista citado pelo jornal espanhol *Marca*.

Recorde-se que Beckham foi jogador do Real Madrid entre 2003/04 e 2006/07, marcando 20 golos ao serviço do clube da capital espanhola.

Redação



LIVERPOOL

Acabou o suspense: Klopp é o novo treinador do Liverpool

21:12 - 08-10-2015

A- A A+

O Liverpool acabou de anunciar Jurgen Klopp como novo treinador do clube e terminou com toda a ansiedade vivida pelos adeptos.

«O Liverpool está muito satisfeito por anunciar que Jurgen Klopp é o novo técnico do clube», pode ler-se no breve comunicado do clube.

Os *reds* informaram que o treinador alemão será apresentado esta sexta-feira, em conferência de Imprensa marcada para o final da tarde.

Redação



SPORTING

«Eu e Jesus já sabíamos o que ia acontecer na Luz» - Bruno de Carvalho

11:24 - 27-10-2015

A- A A+

Depois de dizer que não voltava a um estádio sem ter uma decisão para o seu castigo, Bruno de Carvalho, presidente do Sporting, esteve no banco na vitória dos leões no derby contra o Benfica, no passado domingo, e admitiu que não podia continuar a punir-se quando não há uma decisão tomada na liga. O dirigente garantiu que tanto ele como Jesus sabiam o que esperar na Luz e deixou uma 'farpa' ao rival.

«Eu e Jesus já sabíamos o que ia acontecer e estávamos focados nos nossos objetivos, que era o jogo e a vitória. Nem ele se ralou, nem eu. O Sporting já viu de tudo, já viu arquivado tochas serem enviadas para cima de adeptos do Sporting – o que absolutamente é inacreditável. Somos multados sempre que fazemos alguma coisa. Comparando com a dimensão das multas que o Sporting tem recebido, imagino os milhares de papéis que caíram no estádio, se cada um deles valer tanto como um benfiquista, ou seja, um euro, dá muitos milhares de euros para pagarem de multa», destacou o presidente em entrevista à *Antena 1*.

Questionado sobre se Jesus foi a melhor decisão que tomou como presidente do clube de Alvalade, Bruno de Carvalho não teve dúvidas em responder.

«Se eu quero ser campeão, ele também quer; se eu sou exigente ele também é; se exijo profissionalismo, ele também. Em termos de consolidação do projeto do clube precisamos do título de campeão para unir todas as vertentes do mesmo. Neste âmbito a contratação de Jorge Jesus foi das melhores decisões já tomadas. Conseguimos, todos juntos, mudar uma mentalidade», terminou.

Redação



TONDELA

«O que tínhamos delineado ficou arruinado ao fim de 20 minutos» - Rui Bento

22:59 - 30-10-2015

A- A A+

O treinador do Tondela, Rui Bento, lamentou a derrota na abertura da 9.ª jornada frente ao Benfica e sublinhou que os dois golos marcados cedo pelas 'águias' arruinaram os planos que tinham para a partida.

«Infelizmente, a forma como sofremos os dois primeiros golos, e a abordagem a esses lances, colocou-nos numa situação difícil. Os meus jogadores ainda tentaram responder mas foi difícil», destacou o técnico no final do jogo, na *flash-interview* da Sport TV.

Destacando que as coisas «necessitam de tempo», já que não está há muito no comando da equipa, Rui Bento advertiu para a qualidade do adversário e que os seus jogadores ainda «têm comportamentos a ser adquiridos».

«Quando estamos a perder perante um adversário com a qualidade do Benfica, não é fácil. A única coisa que disse ao intervalo foi que teríamos de ser mais competentes na segunda parte e foi isso que tentámos fazer. Tudo aquilo que tínhamos delineado para esta partida ficou arruinado ao fim de 20 minutos. O futebol é assim, mas a vida continua. O caminho é andar para a frente e pensar no próximo jogo. É uma luta difícil, uma longa batalha e temos de olhar para cada jogo como uma final», terminou.



LIGA DOS CAMPEÕES

Grupo D: Manchester City garante 'oitavos' com vitória sobre o Sevilla (3-1)

21:44 - 03-11-2015

A- A A+

O Manchester City garantiu, esta terça-feira, o apuramento para os oitavos-de-final da Liga dos Campeões, ao vencer em casa do Sevilla, por 3-1.

Os ingleses entraram mais fortes na partida e chegaram ao golo logo aos 8 minutos de jogo, quando Fernandinho assistiu Sterling. Três minutos depois, foi mesmo o brasileiro a aumentar a vantagem no marcador, fazendo o 2-0.

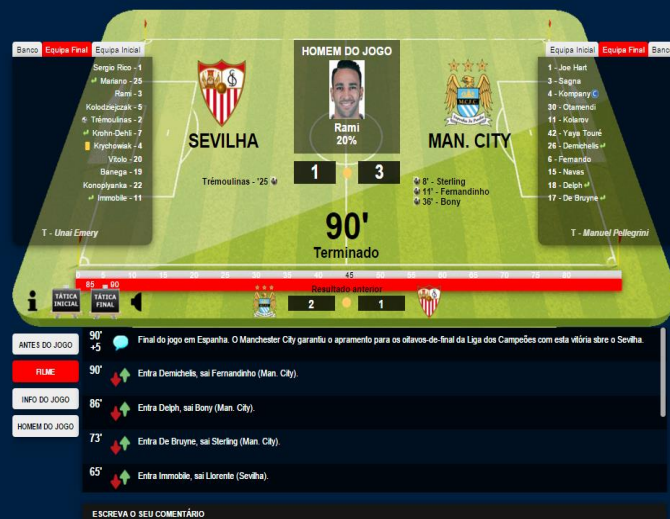
O Sevilla ainda vinha a diminuir a desvantagem por Trémoulinas, aos 25 minutos, mas Bony, que já tinha assistido Fernandinho, marcou o terceiro para os *citizens*, onze minutos depois.

Com esta vitória o Manchester City garantiu o apuramento para a próxima fase da competição. A equipa inglesa soma agora nove pontos, mais um que a Juventus (segunda classificada) e mais seis que o Sevilla (terceiro).

Redação



[Veja aqui a ficha completa do jogo](#)



FC PORTO

Sérgio Oliveira sofreu traumatismo no pé direito

14:07 - 11-11-2015

A- A A+

O FC Porto já revelou o motivo pelo qual o português Sérgio Oliveira falhou o treino, da manhã desta quarta-feira, no Olival. O médio sofreu um traumatismo no pé direito e está a fazer tratamentos à lesão.

Maicon e Brahimi, que estão entregues aos serviços médicos do clube, realizaram trabalho condicionado e ginásio.

Redação



FUTSAL

«Prefiro ser o melhor no futsal do que apenas mais um no futebol» - Ricardinho

14:44 - 12-11-2015

A- A A+

Ricardinho, melhor jogador de futsal do mundo, defendeu que os portugueses deveriam estar orgulhosos de ter os melhores atletas de várias modalidades em Portugal.

«Isto devia encher de orgulho as pessoas. Somos um país que é acusado de ser pequenino, que estamos esquecidos num canto. Um país onde as pessoas vêm comprar, mas há que sublinhar que vêm comprar qualidade. Temos o melhor jogador de futebol – Cristiano Ronaldo, de futebol de praia- Madjer e de futsal. Os melhores do mundo! Toda a nação portuguesa deve estar orgulhosa», começou por destacar à TSF.

Agora a defender as cores do Inter Movistar, em Espanha, Ricardinho teve a oportunidade de ser jogador de futebol, mas revelou que não se arrepende das decisões que tomou na sua carreira.

«Nunca me arrependo de nenhuma decisão que tomei na carreira. Prefiro ser o melhor no futsal do que apenas mais um no futebol. Não sei o que iria acontecer se optasse por isso, mas é assim... Trabalho muito e a minha carreira é no futsal» terminou.

Redação



ALEMANHA

Polícia alemã retirou pacote suspeito de um comboio em Hannover

23:00 - 17-11-2015

A- A A+

Depois do cancelamento do jogo entre a Alemanha e a Holanda, devido a uma mala suspeita dentro do estádio, e do evacuação de vários recintos, as autoridades alemãs encerraram parcialmente, esta terça-feira, a estação central de Hannover.

A polícia alemã geriu uma situação de «indícios concretos» de ameaça de bomba e, de acordo com o *DW Sports*, os especialistas em desarmamento de explosivos removeram mesmo um pacote suspeito de um comboio na cidade.

Além deste pacote, foi também noticiado pelos meios de comunicação alemães que a polícia fez uma detenção a cerca de um quilómetro do estádio nacional, mas as informações não foram confirmadas.

Assim, numa noite marcada por grande tensão, as autoridades alemãs tiveram de evacuar o estádio de Hannover, a sala de espetáculos TUI Arena, o estádio nacional.

A seleção alemã de futebol foi transportada, segundo a imprensa do país, para «um local seguro» e a chanceler alemã, Angela Merkel, que iria assistir ao encontro, foi, juntamente com outras figuras políticas, levada de volta para Berlim.

Quatro dias após os ataques a Paris, Hannover viveu momentos muito complicados, mas, até agora, tudo não passou de uma falsa ameaça.

Redação



BASQUETEBOL

Benfica derrotado em Zagreb (74-66)

20:09 - **18-11-2015**

A- A A+

O Benfica perdeu, esta quarta-feira, com o Cibona, por 74-66, em partida a contar para a 4.^a jornada da 1.^a fase da FIBA Europe Cup, em Zagreb.

Os encarnados, que estavam a perder ao intervalo por 44-29, chegaram mesmo a ganhar o terceiro período pelos parciais 21-14. No entanto, os croatas equilibravam no último período (16-16) e mantiveram a vantagem no placar.

O norte-americano Daequan Cook recuperou de uma lesão na mão e foi o melhor marcador das 'águias', com 22 pontos.

A equipa da Luz, que já tinha perdido com o Cibona em casa, por 83-79, soma agora uma vitória e três derrotas e continua a ocupar a terceira posição do Grupo B (cinco pontos).

Faltam ainda dois jogos ao Benfica nesta fase de grupos, com o Sopron, a 25 de novembro, e com a Antuérpia, a 2 de dezembro.

Redação



INGLATERRA

'La Marseillaise' entoada em Wembley (vídeo)

21:32 - 17-11-2015

A- A A+

O hino francês, "La Marseillaise", foi entoado, na noite desta terça-feira, por todo o Estádio de Wembley, antes da partida de preparação para o Euro-2016, entre a França e a Inglaterra.

Num momento único e em homenagem a todas as vítimas dos atentados a Paris da passada sexta-feira, ingleses e franceses juntaram-se para cantar o hino francês, projetado nos ecrãs do estádio.

80 mil pessoas entoaram *La Marseillaise* num momento de luta contra o terrorismo e em sinal de solidariedade para com o povo francês.

Ora veja!

Redação

VÍDEOS RELACIONADOS

